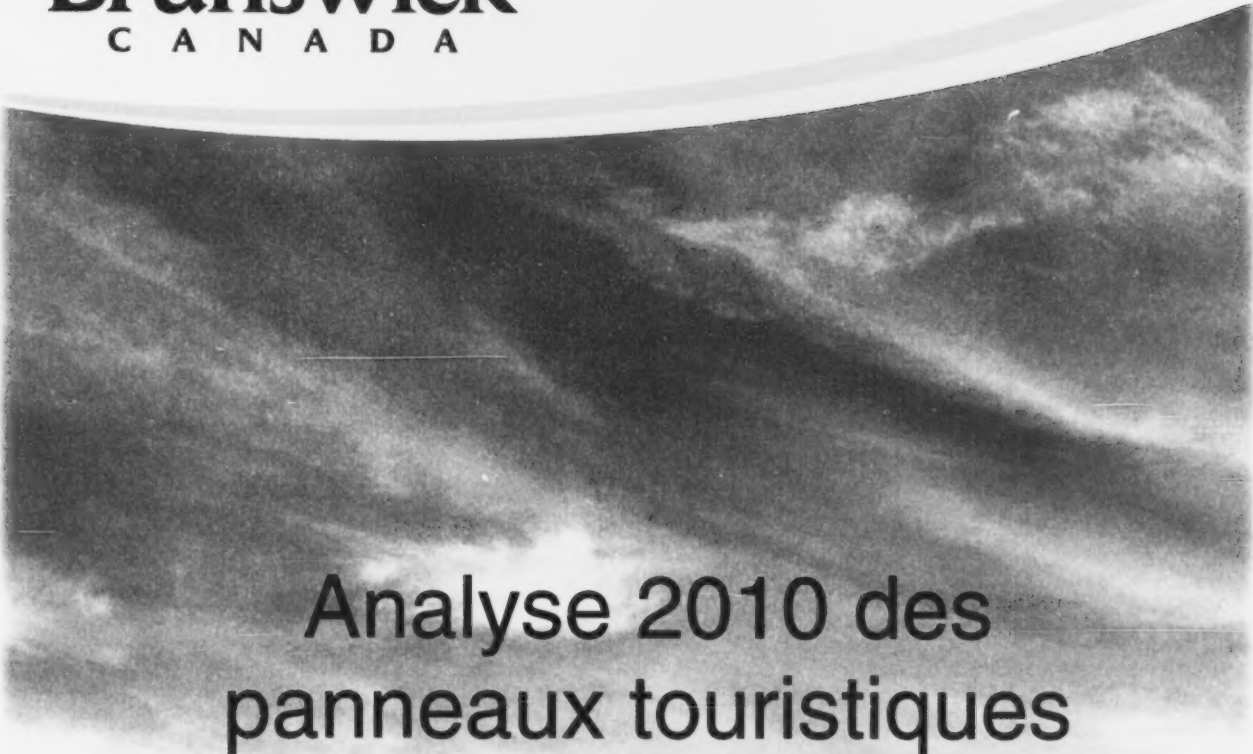




Analyse 2010 des panneaux touristiques

Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard,
Ontario, Québec, Maine, New Hampshire,
Vermont et Nouveau-Brunswick

Préparé par :
le ministère du Tourisme et des Parcs et
le ministère des Transports
octobre 2010

INTRODUCTION	6
OBJECTIF	6
MÉTHODOLOGIE	7
RÉSUMÉ	8
1.0 ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	34
1.1 VUE D'ENSEMBLE	34
1.2 RÔLES	35
1.3 PROGRAMMES DE SIGNALISATION POUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE	36
1.3.1 Programme de panneaux touristiques de direction	36
1.3.2 Programme de tableau de symboles	37
1.3.3 Programme d'arrêts carte	38
1.4 RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SIGNALISATION	39
1.5 PANNEAUX PUBLICITAIRES PRIVÉS	39
1.6 APPLICATION DE LA LOI	39
1.7 PANNEAUX « BIENVENUE À »	40
1.7.1 Panneaux « Bienvenue dans la province »	40
1.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »	40
1.8 CENTRES D'INFORMATION TOURISTIQUE (CIV)	41
1.9 COMMUNICATION AVEC L'INDUSTRIE	41
1.10 PROGRAMMES DE ROUTES PANORAMIQUES	42
1.11 MEILLEURES PRATIQUES	42
1.12 PROBLÈMES	43
2.0 NOUVELLE-ÉCOSSE	44
2.1 VUE D'ENSEMBLE	44
2.2 RÔLES	45
2.3 PROGRAMMES DE SIGNALISATION POUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE	46
2.3.1 Programme de signalisation des attractions touristiques majeures	46
2.3.2 Programme de logos d'entreprises	48
2.3.3 Programme de panonceaux de service	49
2.4 RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SIGNALISATION	50
2.5 PANNEAUX PUBLICITAIRES PRIVÉS	51
2.6 APPLICATION DE LA LOI	51
2.7 PANNEAUX « BIENVENUE À »	52
2.7.1 Panneaux « Bienvenue dans la province »	52
2.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »	52

2.8 CENTRES D'INFORMATION TOURISTIQUE (CIV).....	53
2.8.1 Centres provinciaux d'information touristique	53
2.8.2 Centres municipaux d'information touristique	54
2.9 COMMUNICATION AVEC L'INDUSTRIE.....	54
2.10 PROGRAMMES DE ROUTES PANORAMIQUES.....	55
2.11 MEILLEURES PRATIQUES	55
2.12 PROBLÈMES	56
3.0 VERMONT	57
3.1 VUE D'ENSEMBLE.....	57
3.2 RÔLES.....	57
3.3 PROGRAMMES DE SIGNALISATION POUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE.....	58
3.3.1 Programme officiel de panneaux de direction pour entreprises.....	59
3.3.2 Panneaux de services aux automobilistes	60
3.3.3. Centres de renseignements aux voyageurs.....	61
3.4 RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SIGNALISATION	62
3.5 PANNEAUX PUBLICITAIRES PRIVÉS	62
3.6 APPLICATION DE LA LOI.....	63
3.7 PANNEAUX « BIENVENUE À ».....	63
3.8 CENTRES D'INFORMATION AUX VISITEURS (CIV)	64
3.8.1 Centres d'État d'information aux visiteurs.....	64
3.8.2 Centres municipaux d'information aux visiteurs.....	64
3.9 COMMUNICATION AVEC L'INDUSTRIE.....	65
3.10 PROGRAMMES DE ROUTES PANORAMIQUES.....	65
3.11 MEILLEURES PRATIQUES	66
3.12 PROBLÈMES	66
4.0 MAINE	67
4.1 VUE D'ENSEMBLE.....	67
4.2 RÔLES.....	67
4.3 PROGRAMMES DE SIGNALISATION POUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE.....	68
4.3.1 Programme officiel de panneaux de direction pour entreprises.....	68
4.3.2 Programme de panneaux de service générique	70
4.3.3 Programme de logos	71
4.4 RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SIGNALISATION	72
4.5 PANNEAUX PUBLICITAIRES PRIVÉS	72
4.6 APPLICATION DE LA LOI.....	72

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

4.7 PANNEAUX « BIENVENUE À ».....	73
4.7.1 Panneaux « Bienvenue dans l'État »	73
4.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »	73
4.8 CENTRES D'INFORMATION AUX VISITEURS (CIV)	74
4.9 COMMUNICATION AVEC L'INDUSTRIE.....	75
4.10 PROGRAMMES DE ROUTES PANORAMIQUES.....	75
4.11 MEILLEURES PRATIQUES	75
4.12 PROBLÈMES	76
5.0 NEW HAMPSHIRE.....	77
5.1 VUE D'ENSEMBLE.....	77
5.2 RÔLES.....	77
5.3 PROGRAMMES DE SIGNALISATION POUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE.....	78
5.3.1 Programme de panneaux touristiques de direction - panneaux TD.....	78
5.3.2 Programme de panneaux de services spécifiques aux automobilistes– panneaux de logos.....	80
5.3.3 Programme de panneaux de services génériques aux automobilistes – panonceaux de service.....	81
5.4 RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SIGNALISATION	82
5.5 PANNEAUX DE PUBLICITÉ PRIVÉS	82
5.6 APPLICATION DE LA LOI.....	82
5.7 PANNEAUX « BIENVENUE À ».....	83
5.7.1 Panneaux « Bienvenue dans l'État »	83
5.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »	83
5.8 CENTRES D'INFORMATION AUX VISITEURS (CIV)	84
5.9 COMMUNICATION AVEC L'INDUSTRIE.....	84
5.10 PROGRAMMES DE ROUTES PANORAMIQUES.....	84
5.11 MEILLEURES PRATIQUES.....	85
5.12 PROBLÈMES	85
6.0 ONTARIO.....	86
6.1 VUE D'ENSEMBLE.....	86
6.2 RÔLES.....	86
6.3 PROGRAMMES DE SIGNALISATION POUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE.....	88
6.3.1 Programme de panneaux touristiques de direction.....	88
6.3.2 Panneaux de services spécifiques (panneaux de logos).....	93
6.4 RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SIGNALISATION	94
6.5 PANNEAUX PUBLICITAIRES PRIVÉS	95

6.6 APPLICATION DE LA LOI.....	96
6.7 PANNEAUX « BIENVENUE À ».....	96
6.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »	97
6.8 CENTRES D'INFORMATION TOURISTIQUE (CIV).....	98
6.9 COMMUNICATION AVEC L'INDUSTRIE.....	98
6.10 PROGRAMMES DE ROUTES PANORAMIQUES.....	98
6.11 MEILLEURES PRATIQUES	99
6.12 PROBLÈMES	99
7.0 QUÉBEC	100
7.1 VUE D'ENSEMBLE.....	100
7.2 RÔLES.....	101
7.3 PROGRAMMES DE SIGNALISATION POUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE.....	103
7.3.1 Programme de signalisation des équipements touristiques privés	103
7.3.2 Programme de signalisation des équipements touristiques publics	105
7.3.3 Programme de signalisation des postes d'essence et des services de restauration... ..	106
7.4 RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SIGNALISATION	107
7.5 PANNEAUX DE PUBLICITÉ PRIVÉS	108
7.6 APPLICATION DE LA LOI.....	108
7.7 « PANNEAUX « BIENVENUE À ».....	109
7.7.1 Panneaux « Bienvenue dans la province »	109
7.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »	110
7.8 CENTRES D'INFORMATION AUX VISITEURS (CIV)	110
7.9 COMMUNICATION AVEC L'INDUSTRIE.....	112
7.10 PROGRAMMES DE ROUTES PANORAMIQUES.....	112
7.11 MEILLEURES PRATIQUES	113
7.12 PROBLÈMES	113
8.0 NOUVEAU-BRUNSWICK	114
8.1 VUE D'ENSEMBLE.....	114
8.2 RÔLES.....	115
8.3 PROGRAMMES DE SIGNALISATION POUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE.....	115
8.3.1 Programme de panneaux touristiques de direction (panneaux TD)	116
8.3.2 Programme de panonceaux de service.....	118
8.3.3 Programme de panneaux de publicité privés.....	120
8.4 RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SIGNALISATION	120
8.5 APPLICATION DE LA LOI.....	121

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

8.6 « PANNEAUX « BIENVENUE À ».....	122
8.6.1 Panneaux « Bienvenue au Nouveau-Brunswick ».....	122
8.6.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à ».....	123
8.7 CENTRES D'INFORMATION AUX VISITEURS (CIV).....	123
8.7.1 Centres provinciaux d'information aux visiteurs.....	123
8.7.2 Centres municipaux d'information aux visiteurs.....	124
8.8 COMMUNICATION AVEC L'INDUSTRIE.....	125
8.9 PROGRAMME DE ROUTES PANORAMIQUES.....	125
8.10 MEILLEURES PRATIQUES.....	127
8.11 PROBLÈMES.....	127
TABLEAUX COMPARATIFS.....	129
DISTANCE DE LA ROUTE – PANNEAUX PUBLICITAIRES PRIVÉS.....	129
PROGRAMMES DE SIGNALISATION POUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE.....	129
LES PANNEAUX D'UNE AUTRE PROVINCE OU D'UN AUTRE ÉTAT SONT-ILS AUTORISÉS?.....	129
AVEC QUI COMMUNIQUER?.....	130
REMERCIEMENTS.....	131

Introduction

Au Nouveau-Brunswick, le ministère du Tourisme et des Parcs et le ministère des Transports s'occupent conjointement de la signalisation touristique. Cette question est potentiellement litigieuse parce qu'elle peut être perçue différemment selon les parties intéressées.

Un représentant de chaque ministère a donc été envoyé dans plusieurs provinces et États voisins pour examiner ce qu'on y fait en la matière. Ce rapport décrit les différents programmes de signalisation qui y sont offerts ainsi que ceux du Nouveau-Brunswick. Il contient également des renseignements sur les coûts des programmes, les meilleures pratiques et les problèmes de chaque province ou État. Chacune des autorités rencontrées a eu la possibilité d'examiner les données de ce rapport pour s'assurer de leur exactitude.

Objectif

Cette analyse avait pour but de réunir des renseignements sur les programmes de panneaux touristiques d'autres provinces et États, d'établir une comparaison avec le Nouveau-Brunswick et de formuler des recommandations d'amélioration ou de modernisation en la matière pour la province. Cette tâche a été menée à bien conjointement par les ministères du Tourisme et des Parcs et des Transports. Au Canada, les provinces choisies ont été l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse, l'Ontario et le Québec; aux États-Unis, on a choisi le Vermont, le Maine et le New Hampshire.

L'objectif était d'obtenir des renseignements sur :

1. les programmes offerts aux exploitants touristiques;
2. les coûts pour l'industrie touristique;
3. le fonctionnement des programmes de panneaux touristiques;
4. les meilleures pratiques dans ce domaine;
5. la comparaison avec les programmes de signalisation du Nouveau-Brunswick.

Méthodologie

Un questionnaire a été envoyé à chaque province et État avant d'en rencontrer les représentants. Le personnel du Nouveau-Brunswick s'est ensuite rendu à chaque endroit pour rencontrer des fonctionnaires des ministères du Tourisme et des Transports et y observer la signalisation.

Très souvent, on a suivi la signalisation en place pour observer les panneaux de suivi ou de confirmation qui mènent à un établissement depuis le réseau routier principal ou inter-États et pour les prendre en photo.

Les résultats finaux ont été obtenus, en partie, au moyen de nombreux documents fournis par les provinces et les États et par des recherches menées tout au long du processus.

Les réunions comprenaient des discussions approfondies sur la signalisation touristique de chaque endroit. L'intérêt pour l'analyse menée et la qualité de la participation ont été impressionnants. Dans la plupart des cas, de nombreux hauts fonctionnaires participaient aux discussions.

Les pages suivantes présentent le résumé des résultats de l'analyse. Le rapport complet 2010 sur la signalisation touristique sera disponible sur demande.

Résumé

Le plus souvent, les renseignements contenus dans cette **Analyse 2010 des panneaux touristiques** concernent des panneaux touristiques installés le long de routes à accès limité.

Principaux résultats

1. Programme de panneaux touristiques de direction (panneaux TD)

– Sur les sept autorités visitées, cinq possèdent un programme similaire au programme de panneaux TD du Nouveau-Brunswick et deux ont un programme officiel de panneaux de direction pour entreprises (Official Business Directional Signs, OBDS), similaire au programme de panneaux TD, mais non limité aux entreprises touristiques.

Dans tous les cas, trois ou quatre panneaux sont autorisés par structure de signalisation. Il est entendu que les visiteurs ou automobilistes ne peuvent pas y lire tous les renseignements. Les provinces et États ont indiqué que les visiteurs cherchent un lieu particulier et que l'œil balaie le panneau pour y trouver le nom recherché.

Routes à accès limité – Panneaux d'attraction majeure



*Panneau du Major Tourist Attraction
Signage Program (N.-É.)*



*Panneau d'équipements touristiques
privés (Qc)*



Panneaux TD (Ont.)



Panneaux TD (N.-B.)

Les panneaux d'attraction majeure ont été introduits au Nouveau-Brunswick à la fin des années 1990 alors que la publicité privée à l'extérieur d'une emprise de route était interdite à moins de 500 m du bord de la route. Une seule attraction majeure est autorisée par structure de signalisation. Ces panneaux sont réservés aux grandes attractions. Leur taille dépend du message, mais est de l'ordre de 16 po x 14 po.

Comparés aux autres provinces et États, les panneaux d'attraction majeure du Nouveau-Brunswick sont conçus pour être lus à haute vitesse, une caractéristique qui augmente la visibilité et la sécurité.

Remarque : À l'Île-du-Prince-Édouard ainsi que dans les États du Maine, du Vermont et du New Hampshire, les panneaux d'attraction sont interdits sur les routes à accès limité.

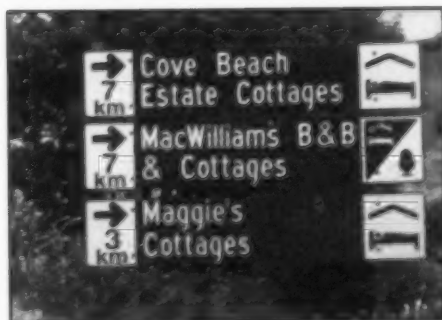
Coûts des panneaux d'attraction majeure

Lieu	Coût initial	Coût annuel	Coût sur 18 ans
N.-B.	12 320 \$	Au besoin	* 12 320 \$
N.-É.	13 600 \$	Au besoin	13 600 \$
Ont.	4 977 \$	4 977 \$	89 586 \$
Qc	2 187 \$	729 \$	15 309 \$

*Au Nouveau-Brunswick, un panneau d'attraction majeure dure environ 18 ans.

Remarque : La taille des panneaux varie considérablement entre les quatre provinces. (voir page 28)

Panneaux d'attraction ordinaire



Panneau de direction touristique (Î.-P.-É.)



Panneau TD (Ont.)



Signalisation des équipements touristiques (Qc)



Panneau du programme OBDS (Vt)



Panneaux TD (N.H.)



Panneau du programme OBDS (Me)

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

Au Nouveau-Brunswick, un seul établissement est autorisé par panneau TD. Ces panneaux, réservés aux exploitants touristiques, sont conçus pour être lus facilement. Des panneaux de suivi sont installés depuis le panneau principal jusqu'à l'établissement. À en juger par les commentaires de plusieurs exploitants touristiques du Nouveau-Brunswick et par les difficultés qu'ils ont eues ces dernières années, les programmes de signalisation offerts, en particulier les panneaux TD pour routes rurales, sont mal connus.



Panneau TD (ministère des Transports du N.-B.)

Coûts des panneaux TD d'attraction ordinaire

<u>Lieu</u>	<u>Coût initial</u>	<u>Coût annuel</u>	<u>Coût global sur 6 ans</u>
N.-B.	600 \$	100 \$	1 200 \$
Î.-P.-É.	480 \$	180 \$	1 560 \$
Ont.	4 977 \$	4 977 \$	29 862 \$
Qc	2 187 \$	729 \$	5 832 \$
Vt	560 \$	450 \$	3 560 \$
N.H.	1 835 \$	37 \$	2 060 \$
Me	560 \$	112 \$	1 120 \$

Remarque : Dans l'évaluation des coûts, il faut noter que la taille des panneaux varie considérablement (voir tableau p. 28) d'une province ou d'un État à l'autre. De plus, le coût au Nouveau-Brunswick concerne une structure à un panneau tandis que les coûts ailleurs s'appliquent à une structure à trois panneaux.

Signalons également qu'au Nouveau-Brunswick, tous les panneaux de suivi sont compris dans le coût initial du panneau d'attraction ordinaire, ce qui n'est pas le cas pour les autres endroits visités.

Tous les coûts sont exprimés en dollars canadiens.

- Panneaux de publicité routière (panneaux privés)** – À l'Île-du-Prince-Édouard ainsi que dans les États du Maine, du Vermont et du New Hampshire, la publicité routière (panneaux privés) est interdite. La Nouvelle-Écosse interdit les panneaux dans la zone réglementée, c'est-à-dire à moins de 1000 m (1 km) de la ligne médiane de la route. L'Ontario fait de même, mais sa zone réglementée s'étend sur 400 m (près de 0,5 km) depuis l'emprise de la route.

Le Québec interdit les panneaux publicitaires à moins de 300 m de la route, à moins d'un permis du ministère des Transports. Dans ce cas, la publicité routière est permise à 75 m du bord de la route. Le gouvernement québécois ne limite pas les permis aux entreprises touristiques.

Au Nouveau-Brunswick, la zone réglementée s'étend jusqu'à 500 m du bord proche de la partie de la route servant à la circulation (ligne de bordure blanche) et la publicité routière y est autorisée. Les panneaux de publicité sont permis à 1 m de l'emprise de la route, ce qui correspond en général à 45 m de la ligne de bordure blanche.

Remarque : Au Nouveau-Brunswick, ces panneaux sont limités aux entreprises touristiques.

L'Île-du-Prince-Édouard et le Vermont considèrent que la signalisation a un impact négatif sur le maintien et la préservation des panoramas. La conservation de l'environnement naturel et la protection des paysages priment sur la signalisation touristique.

3. ***Distance entre le panneau et l'entreprise*** – Dans la plupart des provinces et États visités, la distance maximale du panneau à l'entreprise touristique est beaucoup plus courte que ce qui est permis au Nouveau-Brunswick. En Ontario, la distance maximale est de 40 km, en Nouvelle-Écosse, de 38 km et au Québec, de 20 km.

Au Nouveau-Brunswick, un panneau touristique peut être installé à 60 km de l'établissement sur une route à accès limité et à 25 km sur le réseau routier secondaire.

Les recherches recommandent de ne pas installer un panneau à plus de 30 km de l'établissement sur les routes à grande vitesse (100 km/h ou plus) et à plus de 20 km sur les routes à vitesse moins élevée (moins de 100 km/h).

4. ***Programme de logos*** – Sur les sept autorités rencontrées, quatre possèdent un programme de logos pour les routes à accès limité, dont une qui n'autorise les logos qu'aux bretelles de sortie. Plusieurs autorités estiment que ces programmes sont injustes pour la plupart des exploitants touristiques, en particulier les plus petits. À deux endroits, les programmes de logos ont remplacé la publicité privée à l'extérieur de l'emprise de la route.

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

Le Vermont a testé auprès des consommateurs la valeur d'un programme de logos : la réaction du public a été négative.



Programme de logos (N.-É.)



Programme de logos (Ont.)



Panneau de services aux automobilistes (N.H.)



Programme de logos (Qc)



Programme de logos (Me)

Au Nouveau-Brunswick, une version d'un programme de logos a été lancée en 1997 et la participation du secteur a été extrêmement faible. La majorité de l'industrie touristique, de petits exploitants pour la plupart, a jugé ce programme injuste et inéquitable. Il a été interrompu après des consultations publiques en 2000.

5. **Panonceaux de service** – Dans chacun des endroits visités, on indique les postes de police, hôpitaux, etc., par des panonceaux de service. Ce rapport ne traite que des panonceaux de service bleus.

Quatre des sept autorités ont un programme de panonceaux de service financé par le ministère des Transports, mais trois d'entre elles le réservent aux services essentiels (alimentation, carburant, hébergement, information touristique, terrains de camping et téléphone). Aucun des endroits visités n'avait un programme de ce genre pour les services en milieu rural sur les routes à accès non limité ou les voies locales.

Le Nouveau-Brunswick possède deux programmes de panonceaux de service pour les services essentiels et les établissements touristiques.

- #1 Les panonceaux de service, distincts et de couleur bleue, sont installés le long des routes à accès limité pour indiquer aux automobilistes les services essentiels et les établissements touristiques qui se trouvent à proximité de chaque sortie.
- #2 Les panonceaux de service ruraux sont installés sur les routes secondaires des régions rurales du Nouveau-Brunswick pour signaler les services essentiels et les établissements touristiques.



Panonceaux de service bleus (ministère des Transports du N.-B.)

Autres programmes promotionnels – Trois autorités ont mis en place un volet supplémentaire qui complète les programmes de signalisation à l'intention des voyageurs. À l'Île-du-Prince-Édouard, ce volet s'appelle « Map Stops » (Arrêts carte), dans le Vermont, « Travel Plazas » (Centres de voyage) et en Ontario, « Tower Signage » (Tour de signalisation). Ces programmes permettent aux exploitants touristiques d'acheter de l'espace publicitaire pour promouvoir leur attraction sur des structures autoportantes situées dans des lieux fréquentés par de nombreux visiteurs.



« Travel Plaza » (Vt)



« Map Stop » (Î.-P.-É.)

6. **Équité** – L'ensemble des provinces et États visités contrôlent la signalisation dans les municipalités le long des routes à accès limité.

Au Nouveau-Brunswick, le long de ces routes, ce sont les villes et villages qui contrôlent, dans les limites municipales, la publicité routière à l'extérieur de l'emprise de route.

Cette situation est une source de difficulté et de confusion pour l'industrie touristique néo-brunswickoise, qui doit traiter avec une administration supplémentaire. Le problème est d'autant plus épineux que certains exploitants touristiques ne sont pas obligés de suivre les règles... une source de frustration et de colère pour ceux qui les respectent.

Les exploitants touristiques du Nouveau-Brunswick demandent invariablement :

- l'équité des programmes de panneaux;
- l'uniformité des règles (les mêmes pour tous);
- le respect des règles par tout le monde.

7. **Administration des programmes de signalisation** – Aux États-Unis, en dehors des routes à péage, et dans la plupart des provinces canadiennes, les ministères des Transports sont responsables de l'application des règlements en matière de signalisation routière.

Au Nouveau-Brunswick, selon l'emplacement et le type de panneau, un exploitant peut avoir à communiquer avec plusieurs administrations pour faire installer un panneau, par exemple avec le ministère des Transports, Brun-Way Highway Operations, Maritime Road Development Corporation (MRDC), Dexter Transfield Systems ou une ville.

Pour les exploitants comme pour les fonctionnaires provinciaux, savoir qui contacter pour obtenir des renseignements est une gageure et une source de frustration.

8. **Panneaux « Bienvenue au Nouveau-Brunswick »** – Seule l'Île-du-Prince-Édouard change régulièrement le message et le modèle de son panneau « Bienvenue ». Les autres provinces et États ont installé un panneau permanent de bienvenue.

Au Nouveau-Brunswick, des panneaux « Bienvenue au Nouveau-Brunswick » sont installés à tous les points d'entrée de la province. Dans le passé, on changeait le message et le style des panneaux des principaux points d'entrée en fonction du message de promotion du tourisme et de la stratégie de marque touristique. Les changements se faisaient l'hiver et l'été et la conception était revue tous les deux ou trois ans.

En 2010 et 2011, le ministère du Tourisme et des Parcs modifiera les panneaux « Bienvenue au Nouveau-Brunswick » des points d'entrée de la province.





9. **Signalisation des routes panoramiques** – Les provinces et États visités possèdent tous un programme de type route panoramique.

Aux États-Unis, le « Scenic Byways Program » est un programme national de désignation de routes dans tout le pays. Il comprend des subventions gouvernementales et se démarque par sa souplesse et sa grande compétitivité à l'échelon national. Son budget annuel s'élève à 40 ou 50 millions de dollars et certains gouvernements ajoutent aux fonds attribués à leur État une contribution d'un montant égal.

Toutes les provinces visitées ont également un programme de routes panoramiques, mais leur signalisation semble inégale et pas aussi développée qu'au Nouveau-Brunswick. Similaire au programme néo-brunswickois, le programme de routes touristiques du Québec paraît bien organisé. Ses routes sont désignées selon des normes et des critères bien définis. De plus, tous les coûts associés à la désignation et la signalisation sont à la charge de l'organisation qui s'occupe de la route touristique.

Peu importe la province ou l'État, il est difficile d'obtenir des renseignements sur le tourisme par route panoramique.

À en juger par les visites réalisées pour cette analyse, le programme des routes panoramiques est plus étendu au Nouveau-Brunswick qu'ailleurs. L'approche large consistant à utiliser la signalisation routière, le guide touristique, la carte routière, le site web, etc., donne de bons résultats, mais il y a matière à amélioration. Tourisme et Parcs continuera à inclure les routes panoramiques dans ses programmes de promotion du tourisme, mais les municipalités et les exploitants touristiques ont un rôle fondamental à jouer en faisant largement la promotion de leur route panoramique.

Au Nouveau-Brunswick, la saison 2009 a été marquée par des changements aux panneaux routiers et par de nouveaux symboles pour les routes panoramiques. En général, les panneaux extrudés au début de chaque route panoramique et les panonceaux indicateurs ont été agrandis (agrandissement des symboles et des lettres).



10. **Accès aux renseignements sur la signalisation** – La plupart des provinces et États ont des sites web que les exploitants peuvent consulter pour obtenir des renseignements sur les différents programmes de signalisation routière.

Le Nouveau-Brunswick donne aussi des renseignements sur les programmes de panneaux proposés à l'industrie touristique sur le site web du ministère des Transports et au moyen de la trousse d'information sur la publicité routière. On trouve des liens menant au site du ministère des Transports sur le site web ministériel de Tourisme et Parcs et sur celui de l'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick (AITNB).

Le site web ministériel de Tourisme et Parcs fournit également un éventail de renseignements sur la signalisation.

11. **Communication avec l'industrie** – La plupart des provinces et des États ont très peu d'échanges directs avec l'industrie touristique au sujet des programmes de signalisation. En dehors des renseignements fournis sur les sites web, les autorités

communiquent avec l'industrie du tourisme par l'intermédiaire des associations touristiques.

La majorité des provinces et États indiquent que, globalement, l'industrie soutient la réglementation et les divers programmes de signalisation.

De nombreuses administrations ont toutefois signalé qu'il se trouve toujours des gens pour vouloir ce qu'ils ne peuvent pas avoir!

12. **Technologie** – Le voyageur d'aujourd'hui utilise divers instruments comme les cartes routières, les sites web Map Quest et Google Earth ou le système de positionnement global (GPS) pour trouver son chemin ou s'orienter. La plupart des provinces et États pensent que la demande de signalisation routière diminuera à mesure que l'utilisation du GPS augmentera.

Par ailleurs, tout appareil de poche ou portatif (PDA, ordinateur, etc.) qui en a la capacité peut télécharger des cartes et de l'information.

13. **Le but de la signalisation touristique** – Les provinces et États ont tous établi que la signalisation s'adresse aux consommateurs (automobilistes) et doit répondre à leurs besoins. L'objectif est de diriger les consommateurs vers l'entreprise.

Les autorités rencontrées ont également déterminé que les panneaux devaient être utilisés à des fins d'orientation et de direction et non de publicité ou de promotion. Les recherches d'un expert international sur le comportement humain face à la signalisation routière confirment d'ailleurs que, sur les routes où la vitesse dépasse 90 km/h, l'automobiliste ne peut lire et comprendre que de 8 à 10 mots (moins s'il y a des photos, des pictogrammes, des symboles ou des logos).

Toutes les autorités rencontrées ont souligné que la signalisation routière n'était pas un outil de marketing et ont interdit la présence de renseignements promotionnels sur les panneaux routiers. En

général, les panneaux ne donnent pas suffisamment de renseignements pour promouvoir un produit ou un lieu auprès d'un visiteur qui ne le connaît pas.

14. **Application de la loi** – L'ensemble des provinces et États visités estiment que, dans un souci d'équité, l'application de la loi doit être stricte et rapide. Là où la loi est appliquée avec rigueur, l'industrie appuie la réglementation, certains exploitants surveillant même leurs concurrents. Le Québec est en train de fusionner les deux lois qui régissent l'installation de publicités privées et, une fois que ce sera fait, mettra en œuvre un programme d'application.

Au Nouveau-Brunswick, les exploitants trouvent les programmes injustes quand l'un d'entre eux est autorisé à installer un panneau illégal et qu'aucune mesure n'est prise pour l'enlever. Ils sont frustrés, et parfois furieux, du temps qu'il faut pour faire retirer ces panneaux contraires à la loi. Certains ont fait valoir ouvertement qu'il valait la peine d'installer un panneau illégal vu le temps qu'il faut au gouvernement pour s'en occuper!

Il convient de noter que, dans les villes, les panneaux installés à l'extérieur de l'emprise d'une route à accès limité de niveau I ou II relèvent des arrêtés municipaux. Les exploitants ont donc l'impression que le gouvernement permet des exceptions en autorisant leurs concurrents à installer des panneaux illégaux.

15. **Associations nationales de transport** – Les provinces et États visités sont tous membres d'une association nationale de transport.

Pour la sécurité des usagers de la route, il est essentiel d'assurer l'uniformité de la signalisation pour ne pas déconcerter les automobilistes et pour que les caractéristiques de sécurité puissent être optimisées. Pour promouvoir la sécurité routière, les autorités doivent éviter d'installer une signalisation incohérente, notamment pour ce qui est des panneaux, un de ses aspects les plus visibles.

Aux États-Unis, l'organisation nationale s'appelle la Federal Highway Administration (FHWA), au Canada, l'Association des transports du Canada (ATC).

16. **Signalisation numérique** – La plupart des autorités rencontrées n'ont pas eu de demande d'installation de panneaux numériques, mais l'Ontario et le Québec ont interdit ces panneaux sur les routes en raison de leurs répercussions sur la sécurité.

17. **Panneaux d'une autre province ou d'un autre État** – Aucune des autorités rencontrées n'autorise sur son territoire les panneaux d'une autre province ou d'un autre État.

Technologie

Le voyageur d'aujourd'hui utilise une diversité d'instruments comme les cartes routières, les sites web Map Quest et Google Earth ou le système de positionnement global (GPS) pour trouver son chemin ou s'orienter. La plupart des provinces et États pensent que la demande de signalisation routière diminuera à mesure que l'utilisation du GPS augmentera.

Ces dernières années, l'utilisation du GPS par les voyageurs a considérablement augmenté. Dans les années qui viennent, à mesure que la demande et l'utilité de la publicité routière diminueront, les ministères des Transports seront plutôt invités à s'assurer que les panneaux indicateurs, les balises et les plaques de rue sont en place.

Meilleures pratiques

Voici les meilleures pratiques définies par l'ensemble des provinces et États visités :

1. Uniformiser la conception et l'agencement des panneaux.
2. Définir des critères d'admissibilité pour les entreprises qui souhaitent des panneaux.
3. Partir du principe que les panneaux servent à orienter et non à faire de la publicité.
4. Appliquer strictement et rapidement les programmes par souci d'équité entre tous les exploitants.
5. Faire contrôler l'installation de publicités privées à l'extérieur de l'emprise des routes à accès limité par les ministères des Transports, même dans les municipalités.
6. Éviter la multiplication des panneaux, maintenir un environnement intact et préserver les paysages.

Problèmes

Voici les problèmes courants que rencontrent les provinces et États visités :

1. À certains endroits, manque de place et espace restreint pour divers programmes de signalisation sur les routes à accès limité.
2. Conditions de concurrence inégales entre les exploitants, c'est-à-dire que certains bénéficient d'exceptions, que des décisions en matière de signalisation sont contraires aux pratiques ordinaires sur les routes, etc.
3. Budget des programmes de signalisation ne couvrant pas les coûts réels de fabrication et d'installation.
4. Coûts et temps pour assurer l'entretien des panneaux.
5. Relations avec les exploitants qui veulent installer des panneaux dans l'illégalité.

Conclusions

À en juger par l'ensemble des visites réalisées :

1. Le Nouveau-Brunswick et le Québec proposent davantage de programmes de signalisation à l'industrie touristique.
2. Le coût d'un panneau TD est moins élevé au Nouveau-Brunswick que dans les autres provinces et États visités (en fonction de la taille du panneau et des frais annuels).
3. Les panneaux TD d'attraction proposés aux exploitants touristiques du Nouveau-Brunswick sont nettement plus grands qu'ailleurs.
4. D'importants efforts sont faits pour assurer :
 - l'équité des programmes de panneaux;
 - l'uniformité des règles (les mêmes pour tous);
 - le respect des règles par tout le monde.

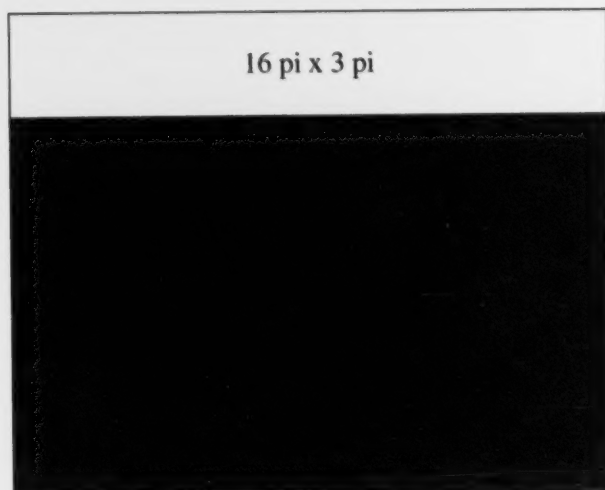
Comparaison de dimensions des panneaux d'attraction majeure
Routes à accès limité

Nouveau-Brunswick

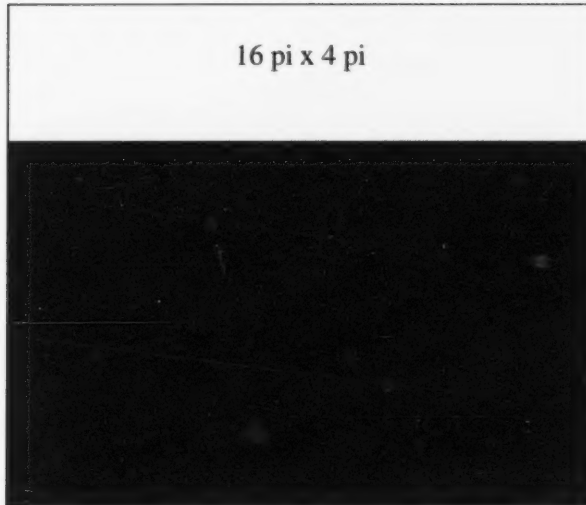


Le carré ci-dessous correspond à la taille moyenne d'un panneau d'attraction majeure du Nouveau-Brunswick. La partie jaune représente la taille d'un panneau du même type dans la province ou l'État considéré.

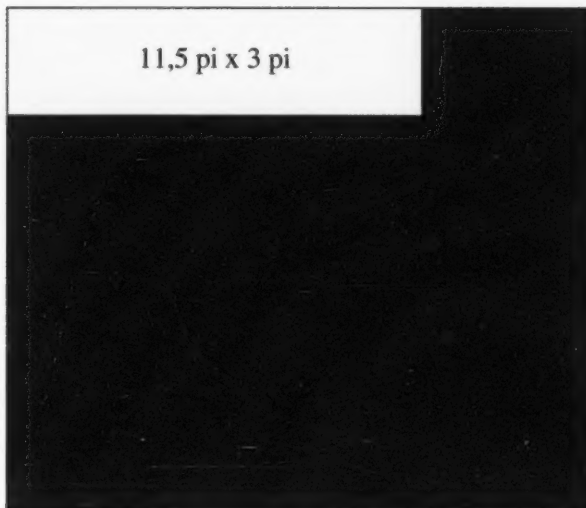
Nouvelle-Écosse



Ontario



Québec



Comparaison des dimensions des panneaux d'attraction ordinaire
Routes rurales

Nouveau-Brunswick

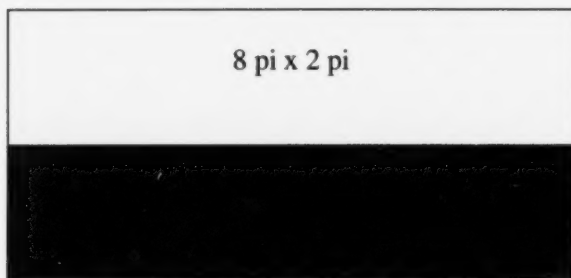


Le carré ci-dessous correspond à la taille moyenne d'un panneau d'attraction le long d'une route rurale au Nouveau-Brunswick. La partie en jaune représente la taille d'un panneau du même type dans la province ou l'État considéré.

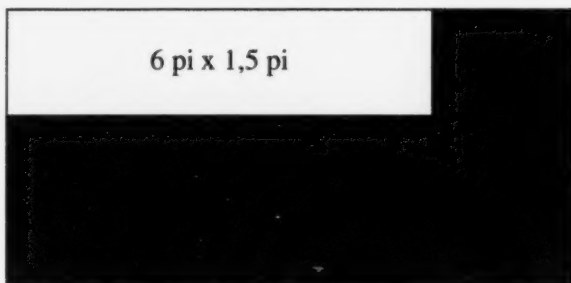
Ontario

18 pi x 1,5 pi	
	Superficie :
	Ontario : Régions rurales : 27 pi ²
	Régions urbaines : 40 pi ²
Nouveau-Brunswick : 40 pi ²	

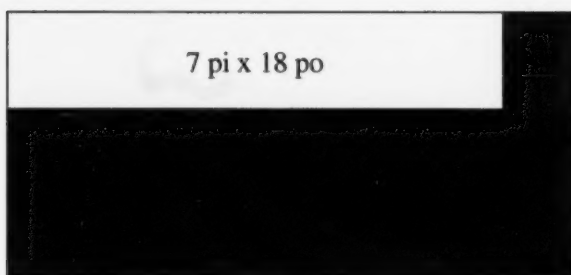
Québec



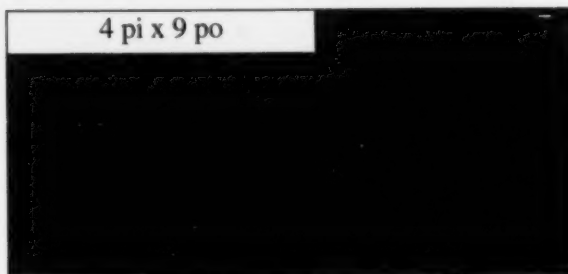
Québec



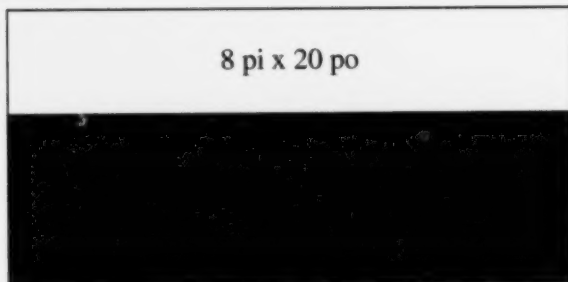
Île-du-Prince-Édouard



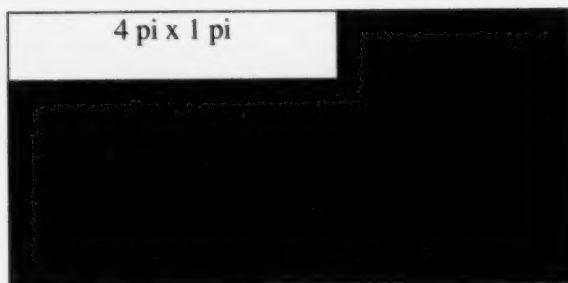
New Hampshire



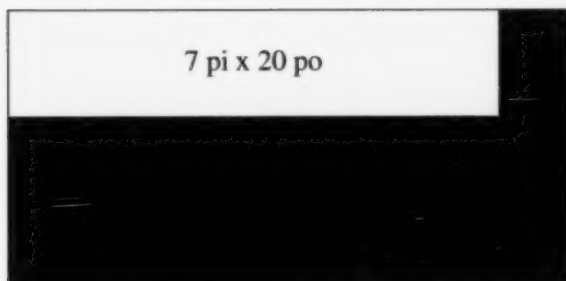
New Hampshire



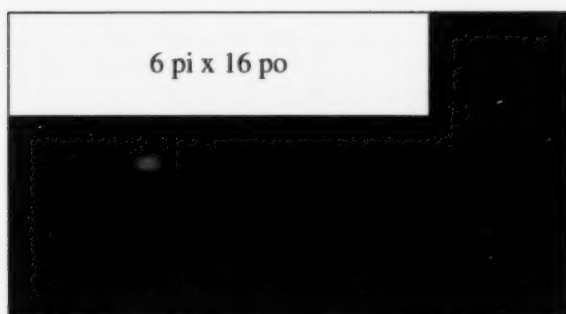
Maine



Maine



Vermont



1.0 Île-du-Prince-Édouard

1.1 Vue d'ensemble

1. La priorité est de limiter la signalisation dans l'île. Le ministère, les visiteurs ainsi qu'environ 98 % de l'industrie touristique sont d'avis que le paysage pittoresque de la province est plus important que les panneaux routiers. La loi de l'Île-du-Prince-Édouard concernant les panneaux routiers (*Highway Signage Act*) reconnaît que le paysage de l'île est la ressource la plus importante pour l'industrie du tourisme et, par conséquent, énonce des mesures restrictives relativement aux enseignes.

Au sujet des 2 % restants, le ministère a fait le commentaire suivant : « Il y aura toujours des gens qui voudront ce qu'ils n'ont pas le droit d'avoir! ». La grande majorité des exploitants et des consommateurs sont toutefois d'accord avec la réglementation.

2. Tous les programmes dont s'occupe le ministère du Tourisme, notamment ceux en matière de signalisation, sont établis d'après des recherches sur les préférences des consommateurs.
3. L'industrie est très favorable à la loi concernant les panneaux routiers. Le ministère du Tourisme a un grand pouvoir et bénéficie d'un soutien considérable en matière de signalisation. Il n'y a pratiquement aucune souplesse dans ses programmes en la matière.
4. Le ministère du Tourisme bénéficie d'un soutien sans réserve de la part de la Tourism Industry Association of Prince Edward Island (TIAPEI) pour ce qui est des programmes et de la loi concernant les panneaux routiers. La TIAPEI le pousse d'ailleurs à mettre en place des normes en la matière et à imposer un respect plus strict. Le ministère estime que le partenariat et le soutien de l'association de l'industrie sont fondamentaux.
5. L'Île-du-Prince-Édouard n'autorise la publicité routière ni à l'intérieur ni à l'extérieur de l'emprise de la route.

6. La loi provinciale concernant les panneaux routiers vise une signalisation servant au repérage et à l'orientation. Le programme de panneaux touristiques de direction (Tourism Directional Sign) n'autorise la mention que du nom de l'entreprise, d'un symbole (sur demande) et d'une flèche de direction.
7. Les seuls types de panneaux autorisés sur les routes de l'île en dehors de l'emplacement de l'entreprise doivent relever d'un des programmes suivants : panneaux touristiques de direction (Tourism Directional Signage), signalisation d'un événement touristique spécial (Tourism Special Event Signage), signalisation touristique sur place (Tourism On-Premise Signage).
8. Les programmes de panneaux routiers de l'île n'autorisent aucune exception.
9. La province n'offre pas de programme de logos d'entreprise, une pratique considérée injuste pour l'industrie.
10. Le ministère estime que les exploitants touristiques doivent faire leur promotion eux-mêmes et qu'un panneau n'est pas un outil de marketing.
11. En matière de signalisation, les exploitants ne bénéficient d'aucune exception et la réglementation est respectée.
12. Dans les municipalités, c'est le gouvernement qui contrôle la signalisation sur les routes à accès limité, en dehors de l'emprise.

1.2 Rôles

Le ministère du Tourisme est chargé de l'application de la loi concernant les panneaux routiers. Il approuve les demandes de panneaux et est responsable de l'application de la loi. Le rôle du ministère des Transports est de faire fabriquer et d'installer les panneaux, notamment les panneaux touristiques de direction.

1.3 Programmes de signalisation pour l'industrie touristique

- 1.3.1** Programme de panneaux touristiques de direction (Tourism Directional Sign Program)
- 1.3.2** Programme de tableau de symboles (Symbol Board Program)
- 1.3.3** Programme d'arrêts carte (Map Stop Program)

1.3.1 Programme de panneaux touristiques de direction



À l'Île-du-Prince-Édouard, le programme comparable à celui des panneaux touristiques de direction (panneaux TD) du Nouveau-Brunswick s'appelle « Tourism Directional Signs ».

Dans le cadre de ce programme :

- Les panneaux sont réservés aux entreprises touristiques, telles que définies dans la réglementation.
- Les panneaux servent au repérage et à l'orientation, pas à promouvoir les entreprises.
- Quatre panneaux au maximum sont autorisés par entreprise.
- Les panneaux sont en aluminium et font 18 po x 7 pi.
- L'installation d'un panneau n'est autorisée que dans un rayon de 15 km de l'entreprise.
- Le nom de l'entreprise est soumis à une limite de 24 à 28 caractères au maximum.

- La taille des lettres doit être de 5 po à 6 po.
- Trois panneaux sont autorisés par structure.
- Trois structures sont permises par intersection.
- Ce programme ne prévoit pas de panneaux indiquant d'aller tout droit.
- Les panneaux doivent être installés à une intersection de deux routes ou plus.
- Les frais initiaux sont de 160 \$ le panneau et les frais annuels d'entretien, de 60 \$ le panneau.

Remarque : Par rapport aux panneaux touristiques de direction de l'Île-du-Prince-Édouard, les panneaux d'attraction ordinaire sont très grands (4 pi x 8 pi) au Nouveau-Brunswick. En outre, un seul exploitant est autorisé par structure.

1.3.2 Programme de tableau de symboles



Ce programme est une variante du programme de panneaux touristiques de direction. Il permet d'éviter un trop grand nombre de panneaux aux abords des communautés et des zones de grappes d'entreprises touristiques.

Les communautés apprécient ce programme parce qu'il donne plus de visibilité et empêche la multiplication des panneaux.

1.3.3 Programme d'arrêts carte



Pour empêcher la multiplication des panneaux routiers et fournir un lieu où les automobilistes peuvent trouver et situer les entreprises touristiques d'une région, la loi concernant les panneaux routiers permet au ministère du Tourisme d'installer un dispositif d'information touristique appelé « Map Stop » (arrêt carte). Ce type de structure permet d'éviter de trop nombreux panneaux touristiques dans une communauté.

Dans le cadre de ce programme :

- Les arrêts carte sont des structures autonomes à double face, éclairées, qui sont installées dans les municipalités (en 2001, le coût de construction était d'environ 10 000 \$ l'unité).
- Un entretien annuel est assuré.
- Des frais d'affichage de 50 \$ par an sont demandés.
- Une seule annonce est autorisée par établissement.
- Les participants à ce programme n'ont pas accès à celui des panneaux touristiques de direction.
- Les structures sont fabriquées, installées et entretenues par le ministère du Tourisme.

1.4 Réglementation en matière de signalisation

À l'Île-du-Prince-Édouard, la réglementation relative à la signalisation est similaire à celles du Maine et du Vermont, dans le sens où la publicité routière est interdite le long du réseau routier.

1.5 Panneaux publicitaires privés

À l'Île-du-Prince-Édouard, les panneaux publicitaires privés sont interdits à l'intérieur comme à l'extérieur de l'emprise de la route.

1.6 Application de la loi

Le ministère du Tourisme de l'Île-du-Prince-Édouard a des agents de vérification de la conformité qui veillent à l'application de la loi concernant les panneaux routiers. S'il découvre un panneau illégal, l'agent communique avec le propriétaire du terrain et lui donne cinq jours pour enlever le panneau. Si le propriétaire ne s'exécute pas, l'agent retire ou fait retirer le panneau.

Les propriétaires qui n'enlèvent pas les panneaux illégaux s'exposent à une amende de 500 \$ au minimum et doivent payer les frais d'enlèvement s'ils veulent récupérer le panneau.

1.7 Panneaux « Bienvenue à »

1.7.1 Panneaux « Bienvenue dans la province »

1.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »

1.7.1 Panneaux « Bienvenue dans la province »



À l'Île-du-Prince-Édouard, les panneaux « Bienvenue à » relèvent du ministère du Tourisme et leur message doit correspondre aux programmes de promotion du tourisme. Ils sont situés à Borden et à Wood Island. La durée utile d'un panneau est entre 3 et 5 ans.

1.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »



Un panneau municipal « Bienvenue à » peut être installé à l'entrée d'une municipalité (ville ou village). Tous les coûts de fabrication, d'installation et d'entretien sont à la charge de la municipalité.

1.8 Centres d'information touristique (CIV)



L'île compte quatre centres provinciaux d'information touristique, situés aux points d'entrée, c'est-à-dire à Borden, à Souris, à Wood Island et à l'aéroport de Charlottetown.

On trouve aussi des centres de destination et des centres d'accueil.

La gestion des centres de destination, situés à Charlottetown, Summerside, St. Peters et Cavendish, est sous-traitée par le ministère à des associations touristiques régionales. Le ministère du Tourisme veille aux normes de ces centres.

Les centres d'accueil sont de petits bureaux dont les normes sont décrites par le ministère. Le personnel doit être formé et les centres doivent respecter des heures d'ouverture spécifiques, mais le respect de ces exigences n'est pas étroitement surveillé.

1.9 Communication avec l'industrie

Le ministère du Tourisme traite avec l'industrie par l'intermédiaire de la TIAPEI. Le gouvernement estime que l'industrie est très favorable à ses programmes et à sa réglementation en matière de signalisation.

1.10 Programmes de routes panoramiques



L'Île-du-Prince-Édouard compte trois routes panoramiques, appelées circuits côtiers. Leurs symboles viennent d'être changés.

Les programmes de marketing de l'industrie touristique de l'île reposent sur ces circuits côtiers.

1.11 Meilleures pratiques

1. Les programmes de signalisation reposent sur les besoins des consommateurs et les recherches en la matière.
2. La signalisation sert seulement au repérage et à l'orientation, pas au marketing ni à la publicité (les panneaux sont un service aux consommateurs et automobilistes, non aux entreprises et exploitants).
3. Les panneaux publicitaires privés sont interdits sur les routes. Le ministère du Tourisme est d'ailleurs complimenté par les visiteurs pour l'absence de panneaux encombrant le paysage.
4. Les panneaux « Tout droit » ne sont pas autorisés.
5. Le nombre de panneaux est limité.
6. La province contrôle la signalisation sur la Transcanadienne à l'extérieur de l'emprise de la route, même dans les municipalités.
7. Les villes peuvent autoriser les panneaux publicitaires privés à condition qu'ils respectent la réglementation provinciale.
8. Les ministres et les députés provinciaux comprennent et soutiennent la loi concernant les panneaux routiers et l'importance de la réglementation relative au paysage de l'île. Ils n'acceptent

d'envisager aucune exception. D'ailleurs, la loi ne leur donne pas ce pouvoir : toute exception serait considérée comme une infraction. En appuyant la réglementation, les députés sont protégés : lorsque des exceptions sont faites, l'ensemble du système est remis en cause.

9. L'industrie utilise les circuits côtiers comme base de ses efforts marketing.
10. L'appui de la TIAPEI au gouvernement est la clé de la réussite du système de signalisation de l'île. L'association soutient la loi et fait pression sur le ministère et le conseil des ministres pour un respect plus strict de la réglementation.
11. Les logos ne sont pas autorisés sur les panneaux parce que cette pratique est considérée comme injuste pour la majorité des exploitants touristiques.
12. Un « Map Stop » (arrêt carte) peut être installé dans les régions où il n'y a pas de panneaux touristiques ou quand les exploitants estiment qu'une telle structure serait plus efficace qu'un panneau.
13. Le ministère provincial du Tourisme emploie des agents de vérification de la conformité. La loi est appliquée avec rigueur et uniformité, ce qui assure des règles du jeu équitables.

1.12 Problèmes

1. Dans certaines régions, les demandes de panneaux sont plus nombreuses que les places disponibles. Il y a des listes d'attente.
2. Le programme de panneaux touristiques de direction ne permet pas l'indication « Tout droit ». La loi impose une disposition de temporisation qui donne aux exploitants un délai pour enlever les panneaux bénéficiant d'une clause de droits acquis.
3. Dans la loi concernant les panneaux routiers, les renseignements au sujet des panneaux à l'emplacement d'une entreprise manquent de clarté (la loi sera modifiée).
4. Les panneaux d'agents immobiliers ne sont autorisés qu'à l'emplacement de la propriété mais, ces deux dernières années, ils ont fait leur apparition un peu partout. La réglementation devait être modifiée au printemps 2010 pour régler cette question.

2.0 Nouvelle-Écosse

2.1 Vue d'ensemble

1. En Nouvelle-Écosse, aucun panneau de publicité routière n'est permis à moins de 1000 m (1 km) de la ligne centrale des routes de la série 100 (routes à accès limité). C'est une interdiction quasi totale. Les panneaux publicitaires sont autorisés le long des routes à accès non limité, moyennant un permis délivré par le ministère des Transports. Le gouvernement a imposé un moratoire sur l'application de la réglementation sur le réseau provincial des routes secondaires.
2. Le ministère des Transports contrôle la signalisation à l'extérieur de l'emprise des routes à accès limité, y compris dans les municipalités.
3. La Nouvelle-Écosse n'a pas de programme de panneaux touristiques de direction (panneaux TD). Son programme de signalisation des attractions touristiques majeures (Major Tourist Attraction Signage Program) est cependant similaire au programme de panneaux TD du Nouveau-Brunswick. Il est lié au guide touristique provincial.
4. Les panneaux répondent aux besoins des consommateurs, pas des exploitants.
5. Les décisions en matière de signalisation s'appuient sur des études de consommation.
6. Les panneaux de signalisation ne sont pas des outils publicitaires. Ils servent à orienter les automobilistes et non à promouvoir les exploitants touristiques. L'industrie touristique est supposée faire sa promotion par d'autres moyens.
7. La Nouvelle-Écosse est membre de l'Association des transports du Canada.
8. Les programmes de signalisation néo-écossais offrent une flexibilité minimale.

9. Le ministère des Transports contrôle la signalisation sur la Transcanadienne, y compris sur les tronçons qui traversent une municipalité.
10. Actuellement, les programmes de signalisation ne sont pas élaborés en collaboration avec le secteur, mais le gouvernement consulte et informe la Tourism Industry Association of Nova Scotia (TIANS).
11. En général, l'industrie trouve que les panneaux sont laids et font désordre. Face à la prolifération des panneaux, elle suggère de « faire le ménage » et se montre favorable à un environnement sans pollution visuelle.

2.2 Rôles

En Nouvelle-Écosse, le ministère du Tourisme, de la Culture et du Patrimoine et le ministère des Transports et des Travaux publics ont mis au point le programme de signalisation des attractions touristiques majeures (Major Tourist Attraction Signage Program). Le ministère du Tourisme établit et suit de près les critères pour l'inclusion des attractions dans le guide touristique *Du rêve à l'aventure* et le programme de signalisation des attractions touristiques majeures.

Le ministère des Transports est chargé de l'application du règlement sur les enseignes publicitaires (*Advertising Signs Regulation*) dans le cadre de la loi sur les voies publiques (*Public Highways Act*). En plus d'être responsable de la fabrication et de l'installation des panneaux le long des routes de la série 100, il est financièrement responsable du programme des panneaux de service (Service Tab Program). La charge financière de tous les autres programmes de signalisation est supportée par le demandeur, à l'exception du programme des routes panoramiques (Scenic Travelway Program), qui relève du ministère du Tourisme.

2.3 Programmes de signalisation pour l'industrie touristique

- 2.3.1** Programme de signalisation des attractions touristiques majeures (Major Tourist Attraction Signage Program)
- 2.3.2** Programme de logos d'entreprises (Business Logo Program)
- 2.3.3** Programme de panonceaux de service (Service Tab Program)

2.3.1 Programme de signalisation des attractions touristiques majeures



En Nouvelle-Écosse, le programme comparable à celui des panneaux TD du Nouveau-Brunswick est le programme de signalisation des attractions touristiques majeures. Il est lié au guide touristique provincial.

Dans le cadre de ce programme :

- L'exploitant doit respecter certains critères en matière de tourisme (plus de 5000 visiteurs, heures d'ouverture, orientation des visiteurs, approbation de l'établissement en tant qu'attraction) et figurer dans le guide touristique.
- Les messages marketing sont interdits sur les panneaux.
- Les panneaux servent seulement à l'orientation, conformément à la définition du ministère du Tourisme.

- Le ministère du Tourisme définit la formulation (le texte) des panneaux.
- La hauteur des lettres est en général de 10 po et 8 po, mais il arrive que le ministère utilise une hauteur de 8 po et 6 po. Pour ce type de panneau, la hauteur des lettres et le nombre de mots important peu parce qu'on estime que l'automobiliste balaye les indications du regard et ne lit que le nom de l'entreprise qu'il cherche.
- Il n'y a pas de critère de distance. Le programme ne précise pas de distance maximale mais, dans les faits, le panneau le plus éloigné de l'attraction qu'il indique se trouve actuellement à une distance de 38 km environ. L'exploitant de l'attraction n'est pas tenu d'indiquer une distance, mais le ministère des Transports le suggère, pour aider les automobilistes.
- Quatre panneaux sont autorisés par structure.
- La taille des panneaux est normalisée : 16 pi x 3 pi.
- Les coûts pour deux structures de signalisation sont établis à 14 600 \$, plus 2400 \$ par entreprise figurant sur la structure.

Par exemple, d'après des coûts en vigueur en 2009 :

La première entreprise qui demande une signalisation paie 14 600 \$ + 2400 \$ = 17 000 \$ pour un panneau dans chaque direction avec un panneau au bout de la bretelle de sortie. Cette entreprise peut en inciter d'autres à demander une signalisation au même endroit et à partager avec elle les coûts de la structure. Si la structure est partagée par trois exploitants, le coût pour chacun d'eux est d'environ 7300 \$ pour un panneau dans chaque direction.

- Les coûts de remplacement ou de réparation, s'il y a lieu, sont assumés par le propriétaire du panneau d'attraction touristique majeure.
- Si un propriétaire ne donne pas suite à une demande de réparation ou de remplacement d'un panneau, il s'expose à être exclu du programme. L'exploitant doit alors présenter une nouvelle demande et, si elle est approuvée, il doit assumer le

coût de l'enlèvement, de la réparation ou du remplacement et de la réinstallation du panneau. Tous les frais doivent être payés en totalité avant la réinstallation du panneau.

- Avant de pouvoir demander un panneau de signalisation d'attraction touristique majeure, une entreprise doit être en activité depuis au moins un an.

2.3.2 Programme de logos d'entreprises



L'objectif du programme de logos d'entreprise est de signaler aux automobilistes circulant sur le réseau des routes à accès limité de la série 100 l'existence d'une sélection d'établissements d'hébergement et de restauration, de stations-service et de marchés publics et la direction à suivre pour s'y rendre. Ce programme a été mis en place pour pallier la suppression des panneaux publicitaires à moins de 1000 m de la ligne centrale des routes du réseau néo-écossais.

Dans le cadre de ce programme :

- Des critères de distance depuis les sorties sont établis : 3 km pour les stations-service, 5 km pour les établissements de restauration et 10 km pour les établissements d'hébergement et les marchés publics.
- Le nombre de logos par structure est limité à six.
- Quatre structures de signalisation au maximum sont autorisées par sortie, si la place le permet.

- Les coûts moyens pour une structure et des panneaux sont compris entre 18 400 \$ et 25 000 \$, auxquels s'ajoutent annuellement 300 \$ par logo et par structure pour l'entretien et le remplacement.
- Les demandes sont traitées selon le principe du premier arrivé, premier servi. Quand plusieurs demandes arrivent en même temps, on prend en compte la distance entre la sortie de l'autoroute et l'entreprise.
- Les exploitants peuvent utiliser n'importe quel logo. On a fait remarquer que de nombreux logos n'étaient pas identifiables et que ceux comportant des mots étaient pratiquement impossibles à lire.
- La taille des logos sur les routes de la série 100 est de 36 po x 36 po et, à l'extrémité des bretelles de sorties, de 24 po x 24 po.
- Les logos d'entreprise ne sont pas nécessairement réfléchissants.
- Il est interdit aux entreprises bénéficiaires de participer au programme de signalisation des attractions touristiques majeures.

2.3.3 Programme de panonceaux de service



L'objectif de ce programme est d'indiquer les services aux automobilistes, les installations touristiques et les services de transport pour encourager les automobilistes à sortir du réseau des routes à accès limité de la série 100 pour se procurer des services ou visiter les établissements signalés.

Dans le cadre de ce programme :

- Des critères sont définis pour chaque symbole de service.
- Les entreprises n'ont pas le droit de participer à d'autres programmes de signalisation.
- Un code de couleur est attribué aux panneaux : brun pour les services aux automobilistes, bleu pour les activités touristiques, vert pour les services de transport.
- Il n'y a pas de nombre maximal de panonceaux par sortie. Si les panonceaux sont trop nombreux pour une structure, une deuxième peut être ajoutée si la place le permet.
- Des panneaux de suivi avec flèche directionnelle sont placés à l'extrémité de chaque bretelle de sortie (sans indication de distance).
- Tous les coûts liés à la fabrication et à l'installation des panonceaux de service sont supportés par le ministère des Transports.
- Pour avoir droit à un panonceau de service, une entreprise doit être membre d'une association sectorielle.
- Les panonceaux de service ne sont installés que le long des routes à accès limité. Le ministère des Transports n'en installe pas en milieu rural. Les seuls panonceaux le long des routes rurales sont des panonceaux de suivi qui viennent après un panneau sur une route à accès limité. L'exploitant en est responsable et il doit les acheter et les placer avant l'installation du panonceau de service sur la route à accès limité.

2.4 Réglementation en matière de signalisation

Le règlement sur les enseignes publicitaires interdit l'installation de panneaux publicitaires routiers à moins de 1000 m de la ligne centrale de la partie carrossable des routes à accès limité de la série 100. Le règlement autorise l'installation de publicités le long des routes à accès non limité, moyennant un permis du ministère des Transports.

2.5 Panneaux publicitaires privés

Les panneaux publicitaires routiers sont interdits jusqu'à 1000 m de la ligne centrale de la partie carrossable des routes à accès limité de la série 100.

2.6 Application de la loi

Le règlement sur les enseignes publicitaires prévoit que le propriétaire d'un panneau illégal est tenu de le retirer dans les 10 jours qui suivent la réception d'une lettre du ministère des Transports et des Travaux publics. Si ce n'est pas fait dans les délais, tous les coûts associés à l'enlèvement du panneau par le ministère des Transports et des Travaux publics ou par l'entrepreneur désigné par lui sont enregistrés et, en cas de défaut de paiement, transmis à Services Nouvelle-Écosse, qui fait fonction d'agence de recouvrement pour le gouvernement. Le plus souvent, le règlement sur les enseignes publicitaires est appliqué.

En ce qui concerne le non-paiement des frais pour les autres programmes provinciaux de signalisation, le ministère des Transports transmet les renseignements à Services Nouvelle-Écosse à des fins de recouvrement.

2.7 Panneaux « Bienvenue à »

2.7.1 Panneaux « Bienvenue dans la province »

2.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »

2.7.1 Panneaux « Bienvenue dans la province »



Le ministère du Tourisme de la Nouvelle-Écosse a révisé le programme des panneaux « Bienvenue en Nouvelle-Écosse ». Deux nouveaux panneaux seront installés en 2010, le reste du programme étant prévu pour 2011.

2.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »



Les panneaux municipaux « Bienvenue à » relèvent du programme d'identité communautaire de Nouvelle-Écosse (NS Community Identity Program). Ce programme vise à mettre en valeur les villes, villages, municipalités régionales, districts municipaux et comtés au moyen d'une

signalisation particulière pour encourager les voyageurs à sortir du réseau des routes à accès limité de la série 100 et à visiter ces communautés et leurs entreprises touristiques.

Le ministère des Transports fabrique et installe les panneaux d'identité communautaire, mais tous les frais sont assumés par le demandeur (11 000 \$/panneau). Les panneaux font 17 pi x 10 pi et la municipalité doit en soumettre le modèle au ministère des Transports.

2.8 Centres d'information touristique (CIV)

2.8.1 Centres provinciaux d'information touristique

2.8.2 Centres municipaux d'information touristique

2.8.1 Centres provinciaux d'information touristique



La Nouvelle-Écosse compte 8 centres provinciaux et 77 centres municipaux d'information touristique.

Les panneaux des centres provinciaux relèvent du programme de signalisation des attractions touristiques majeures. Ils sont fabriqués et installés par le ministère des Transports avec des fonds du ministère du Tourisme. Le ministère, la TIANS et l'industrie n'arrivent pas à se mettre d'accord sur ce qui devrait figurer sur ces panneaux.



2.8.2 Centres municipaux d'information touristique

Les centres municipaux d'information touristique, qui reçoivent des fonds de l'administration municipale locale et de l'association de l'industrie touristique régionale, ont droit à une mention dans les guides et sur les sites web régionaux ainsi qu'au symbole « ? » du programme de panneaux de service. Ils ne peuvent utiliser que le panneau « ? » brun et blanc et aucun autre le long des routes à accès limité.

2.9 Communication avec l'industrie

Le ministère du Tourisme communique avec l'industrie par l'intermédiaire de la TIANS et des associations de l'industrie touristique régionale. Le gouvernement estime que le secteur est en majorité favorable à ses programmes et à sa réglementation en matière de signalisation.

2.10 Programmes de routes panoramiques



La Nouvelle-Écosse a trois catégories de routes panoramiques : trois « Scenic Drives », huit « Scenic Travelways » et trois « Scenic Diversions », de petits itinéraires qui s'écartent d'une des routes de la catégorie précédente.

Le ministère du Tourisme s'occupe de la conception et du financement des panneaux du programme des routes panoramiques. Le ministère des Transports fabrique, installe et entretient les panneaux pour le compte du ministère du Tourisme.

2.11 Meilleures pratiques

1. Les programmes répondent à des programmes similaires dans d'autres provinces ou États.
2. Les programmes sont conçus pour informer les automobilistes de ce que les environs ont à offrir.
3. La signalisation est conçue et installée pour la sécurité des automobilistes.
4. La signalisation sert seulement au repérage et à l'orientation.
5. La signalisation n'est pas un outil de marketing pour les exploitants touristiques. Les entrepreneurs sont supposés faire leur promotion par d'autres moyens.
6. Les panneaux répondent aux besoins des consommateurs, pas des exploitants.

7. Le ministère des Transports contrôle la signalisation à l'extérieur de l'emprise de la Transcanadienne, même dans les municipalités.

2.12 Problèmes

L'absence de fonds dédiés s'est avérée préjudiciable à l'entretien de la signalisation routière.

1. Il y a des difficultés en ce qui concerne l'entretien et l'amélioration de la signalisation en place.
2. Les cadres supérieurs admettent des exceptions dans les programmes de signalisation.
3. Le gouvernement a déclaré un moratoire sur l'application de la réglementation sur les enseignes publicitaires pour le réseau routier secondaire.
4. Qualité des panneaux : le ministère des Transports dispose d'un petit budget d'entretien qui ne semble pas répondre aux besoins. Les panneaux de logos sont d'une qualité insuffisante. Nombre d'entre eux sont décolorés et d'autres, pourtant neufs, sont illisibles ou indéchiffrables. Le ministère des Transports a abandonné les encres pour passer à la résine de vinyle 3M et tous les panneaux de logos ont été remplacés.

3.0 Vermont

3.1 Vue d'ensemble

1. Dans l'État du Vermont, la loi et la réglementation en matière de signalisation sont très strictes.
2. Les panneaux publicitaires routiers sont interdits sur toutes les routes de l'État.
3. La priorité est donnée à la préservation des paysages et à la nécessité d'éviter la multiplication de panneaux.
4. Le Vermont reçoit de bons commentaires de la part des visiteurs sur le fait qu'il n'y a pas surabondance de panneaux.
5. Composé de sept membres, le Conseil d'information touristique (State Travel Information Council) élabore et supervise les règlements et les politiques concernant l'ensemble de la signalisation.
6. L'Agence des transports (Agency of Transportation) met en œuvre et fait appliquer les règlements et les politiques en matière de signalisation.
7. L'Agence des transports contrôle la signalisation à l'extérieur de l'emprise des routes à accès limité dans les municipalités.
8. Les panneaux sont considérés comme des moyens de repérage et d'orientation et non comme des outils publicitaires.
9. L'État du Vermont pense qu'on surestime le rôle que les panneaux peuvent jouer pour une entreprise.

3.2 Rôles

L'Agence de commerce et de développement communautaire (Agency of Commerce and Community Development, AACD) assure la présidence du Conseil d'information touristique, qui supervise le programme officiel de panneaux de direction pour entreprises (Official Business Directional Signs, OBDS) et tous les autres règlements en matière de signalisation. L'AACD conçoit la documentation pour les centres de renseignements

aux voyageurs (travel information plazas) et s'occupe de l'élaboration et de la distribution de la carte routière officielle de l'État.

Le Conseil d'information touristique met au point les règlements et politiques en matière de signalisation touristique et gère les programmes de panneaux touristiques.

L'unité de contrôle des panneaux (Sign Control unit), qui relève de l'Agence des transports, gère le programme OBDS : elle reçoit et examine les demandes, passe les commandes, installe et enlève les panneaux et facture les entreprises.

L'Agence des transports met en œuvre et fait appliquer les politiques et règlements conçus par le Conseil d'information touristique.

3.3 Programmes de signalisation pour l'industrie touristique

3.3.1 Programme officiel de panneaux de direction pour entreprises (OBDS, Official Business Directional Sign Program)

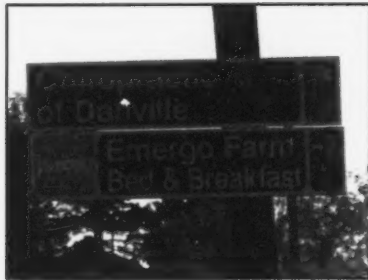
3.3.2 Panneaux de services aux automobilistes (Motorist Services Signs)

3.3.3 Centres de renseignements aux voyageurs (Travel Information Plazas)

REMARQUE :

Le Vermont n'a pas de programme de panneaux de logos. Un programme de ce type a été testé, mais a reçu un accueil très négatif du public : « ce type de programme n'aide que les grandes chaînes et les petits exploitants sont perdants ». La réaction des consommateurs a également été négative.

3.3.1 Programme officiel de panneaux de direction pour entreprises



Le Vermont ne possède pas de programme de signalisation spécifique pour les entreprises touristiques. Le programme comparable à celui des panneaux TD du Nouveau-Brunswick est le programme officiel de panneaux de direction pour entreprises (OBDS, Official Business Directional Sign Program), qui permet aux entreprises de tous types d'installer un panneau dans leur municipalité.

Les panneaux OBDS ne sont pas autorisés sur les routes à accès limité. L'État part du principe que les panneaux indicateurs des routes mèneront l'automobiliste à la municipalité, où le programme OBDS prendra le relais et indiquera la direction de l'entreprise. Cette façon de faire est considérée comme conviviale et adéquate pour les entreprises.

Dans le cadre de ce programme :

- Les panneaux appartiennent à l'État et font partie de la signalisation officielle de régulation du trafic.
- Ils ne peuvent pas être installés sur la route où se trouve l'entreprise.
- Les panneaux sont en contre-plaqué.
- Ils doivent être dans la municipalité de l'entreprise. On estime que le visiteur peut trouver son chemin jusqu'à la municipalité.
- La lisibilité des panneaux n'est pas une préoccupation : le consommateur cherche une entreprise spécifique dont il connaît le nom.

- Seules les indications nécessaires à l'orientation et la dénomination sociale de l'entreprise peuvent figurer sur le panneau.
- Trois entreprises au maximum sont autorisées par structure de signalisation.
- Les entreprises ne peuvent avoir qu'un panneau dans chaque direction et un maximum de quatre panneaux en tout.
- Le panneau n'a pas de vocation publicitaire : il sert uniquement au repérage et à l'orientation.
- Le coût initial est de 75 \$ le panneau OBDS. Les frais d'entretien annuels sont de 60 \$ le panneau (frais établis en 1983).

3.3.2 Panneaux de services aux automobilistes



Le programme du Vermont de panneaux de services aux automobilistes (Motorist Services Signs, MSS) est similaire au programme de panneaux de service (bleus) du Nouveau-Brunswick.

Dans le cadre de ce programme :

- Les services indiqués font l'objet d'une vérification tous les 2 ans pour s'assurer qu'ils existent encore et qu'ils respectent toujours les critères établis.
- Un seul panneau de service est permis par sortie.

- Un maximum de six panneaux est autorisé par panneau.
- Les symboles sont nationaux.
- Le Vermont respecte les directives fédérales du Manual of Uniform Traffic Control Devices (MUTCD).

3.3.3. Centres de renseignements aux voyageurs



Les centres de renseignements aux voyageurs (Travel Information Plazas) sont des tableaux d'information autoportants et couverts, destinés à remplacer les panneaux directionnels à certains endroits. Ils remplissent trois fonctions :

- 1) fournir des renseignements aux visiteurs de façon peu coûteuse mais pratique;
- 2) renseigner les visiteurs à des endroits où, sans cela, il y aurait une forte demande de panneaux individuels;
- 3) informer et orienter les visiteurs dans les centres-villes (où ils remplacent des grappes de panneaux).

L'efficacité de ces structures tient au fait qu'on y trouve des plaquettes descriptives, des symboles, des renseignements aux voyageurs, des répertoires, des listes et des cartes.

Sur les quelque 70 centres de renseignements aux voyageurs que compte le Vermont, 23 appartiennent à l'État et sont entretenus par lui. Les autres sont la propriété de diverses municipalités, qui en assurent l'entretien.

Dans le cadre de ce programme :

- Chaque publicité est affichée sur une plaquette de vinyle aimantée de 6 po x 6 po.
- Les frais par plaque sont de 25 \$.
- La structure doit être éclairée.
- Les centres de renseignements aux voyageurs sont signalés par un panneau OBDS de type panneau directionnel d'information touristique (Travel Information Directional Sign, TIDS).
- Les centres de renseignements aux voyageurs sont indiqués sur la carte routière officielle.

REMARQUE :

Ces structures sont un excellent moyen de promouvoir d'autres régions (présenter chaque route panoramique) et d'autres saisons.

3.4 Réglementation en matière de signalisation

Le Vermont s'est doté d'une loi complète en matière de signalisation qui s'applique à toutes les routes. Aucun panneau n'est autorisé sur le réseau inter-États et ses bretelles d'accès ni sur les autoroutes à quatre voies. Les panneaux OBDS sont autorisés sur les autres autoroutes de l'État et sur les routes municipales, à condition qu'ils respectent les exigences de la loi. Dans le Vermont, les panneaux publicitaires privés sont interdits en dehors des lieux occupés par l'entreprise.

3.5 Panneaux publicitaires privés

Les panneaux publicitaires privés sont interdits dans l'État du Vermont. Les panneaux ne sont autorisés que sur les lieux occupés par l'entreprise, à condition qu'ils ne soient pas délibérément placés de manière à être visibles depuis une route à accès limité.

3.6 Application de la loi

La loi relative à la signalisation (*Sign Law*) est appliquée et l'Agence des transports est compétente pour enlever les panneaux illégaux à l'intérieur comme à l'extérieur de l'emprise de la route. Un membre du personnel de l'Agence qui passe devant un panneau temporaire illégal installé sur l'emprise de la route peut l'enlever sans préavis. En revanche, il existe une procédure officielle d'enlèvement pour les panneaux illégaux montés de façon permanente. Toute infraction à la réglementation peut donner lieu à une amende pouvant aller jusqu'à 100 \$ par jour. Si un panneau est enlevé par des agents de l'État, le propriétaire doit supporter le coût de l'enlèvement.

3.7 Panneaux « Bienvenue à »



Le gouvernement est responsable des panneaux « Bienvenue au Vermont » sur les routes d'État.

Chaque village du réseau routier de l'État est signalé par un panneau indicateur vert. Certains panneaux ne comportent que du texte, d'autres ont un logo « Bienvenue à ». Les municipalités peuvent installer leur propre panneau de bienvenue à l'extérieur de l'emprise de la route, à condition qu'il fasse 64 pi² au maximum et qu'il n'y en ait pas plus d'un dans chaque sens sur chaque route.

3.8 Centres d'information aux visiteurs (CIV)

3.8.1 Centres d'État d'information aux visiteurs

3.8.2 Centres municipaux d'information aux visiteurs

3.8.1 Centres d'État d'information aux visiteurs



Les centres d'État d'information aux visiteurs (CIV) situés sur le réseau inter-États sont signalés par un panneau indicateur répondant aux normes du MUTCD.



3.8.2 Centres municipaux d'information aux visiteurs

Les CIV municipaux hors des routes inter-États sont signalés par un panneau OBDS de type panneau directionnel d'information touristique (Travel Information Directional Signs, TIDS).

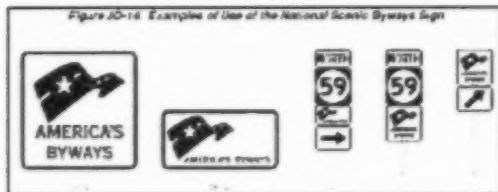
Pour avoir droit à un panneau MUTCD ou TIDS, le centre doit ouvrir sept jours sur sept, 8 h par jour.

3.9 Communication avec l'industrie

L'État du Vermont ne s'est pas doté d'un programme de communication externe. En général, les entreprises qui ont des questions prennent contact avec l'Agence des transports.

L'industrie du tourisme soutient la position du Vermont en matière de préservation des paysages et de limitation de l'affichage tout en appréciant les possibilités de signalisation.

3.10 Programmes de routes panoramiques



Le programme de routes panoramiques (Scenic Byways Program) du Vermont est un programme national de désignation de routes dans tout le pays. Il comprend des subventions gouvernementales et se démarque par sa souplesse et sa grande compétitivité à l'échelon national. Son budget annuel s'élève à 40 ou 50 millions de dollars et certains gouvernements ajoutent aux fonds attribués à leur État une contribution d'un montant égal.

Le programme de routes panoramiques du Vermont n'en est qu'à ses balbutiements et les comités des routes panoramiques régionales sont chargés d'élaborer des trousseaux d'information comprenant des cartes, des guides, etc. Selon le MUTCD, la signalisation n'est pas supposée être la principale source d'indications. Le programme de routes panoramiques du Vermont conçoit ses propres symboles, qui sont utilisés sur des panonceaux de 18 po x 24 po. Quatre panneaux par ville, deux dans chaque direction et après les intersections majeures, peuvent être installés le long de la route panoramique.

3.11 Meilleures pratiques

1. Interdiction de toute publicité privée hors des lieux occupés par l'entreprise sur les autoroutes inter-États et les routes secondaires.
2. Le programme OBDS est ouvert à toutes les entreprises, pas seulement à celles du secteur touristique.
3. Dans les districts routiers, des comités de bénévoles examinent les demandes et font des recommandations à l'Agence des transports.
4. L'évaluation annuelle des panneaux permet à l'Agence des transports de corriger les problèmes éventuels.
5. Les règles administratives sont précises et des définitions sont données.
6. L'Agence des transports contrôle la signalisation à l'extérieur de l'emprise des routes contrôlées par l'État, même dans les municipalités.

3.12 Problèmes

1. Les frais ne couvrent pas le coût de production des panneaux et vont augmenter pour les refléter.
2. Les revenus des programmes OBDS et des centres de renseignements aux voyageurs appartenant à l'État sont insuffisants (des dispositions législatives vont être adoptées pour augmenter les frais).
3. Les centres de renseignements aux voyageurs appartenant aux municipalités se dégradent (l'État n'en a pas la responsabilité légale).

4.0 Maine

4.1 Vue d'ensemble

L'État du Maine :

1. interdit rigoureusement toute publicité routière;
2. tient compte des répercussions des panneaux touristiques sur le paysage;
3. respecte les lois fédérales du MUTCD en ce qui concerne la signalisation routière;
4. considère qu'il pourrait s'inspirer de certains aspects de la signalisation routière néo-brunswickoise;
5. réglemente, par l'intermédiaire de son ministère des Transports, la signalisation à l'extérieur de l'emprise de toutes les routes, y compris dans les villes et villages.

4.2 Rôles

Le ministère des Transports du Maine (Maine Department of Transportation) est responsable de tous les programmes de signalisation touristique de l'État, sauf ceux des autoroutes à péage, qui dépendent de la Maine Turnpike Authority.

Le ministère du Tourisme joue un rôle très limité en matière de signalisation touristique.

4.3 Programmes de signalisation pour l'industrie touristique

4.3.1 Programme officiel de panneaux de direction pour entreprises (Official Business Directional Sign Program)

4.3.2 Programme de panneaux de service générique (Generic Service Signing Program)

4.3.3 Programme de logos (Logo Signing Program)

4.3.1 Programme officiel de panneaux de direction pour entreprises



Le Maine, comme le Vermont, ne possède pas de programme de signalisation destiné spécifiquement aux entreprises de tourisme. Dans cet État, le programme comparable à celui des panneaux TD du Nouveau-Brunswick est le programme officiel de panneaux de direction pour entreprises (Official Business Directional Sign Program, OBDS). Il permet aux entreprises de tous types, et pas exclusivement aux entreprises touristiques, de bénéficier d'un panneau.

Dans le cadre de ce programme :

- Le panneau doit être situé à moins de 10 mi (16 km) de l'entreprise.
- Seule la dénomination sociale enregistrée est permise sur le panneau.
- La signalisation est uniquement directionnelle : aucune publicité n'est permise.

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

- Les panneaux sont interdits sur la route où se trouve l'entreprise.
- Un permis du ministère des Transports est nécessaire.
- L'autorisation de la municipalité est obligatoire quand le panneau OBDS est installé sur le territoire d'une municipalité.
- Les panneaux non réfléchissants font 12 po x 48 po; ils peuvent être de n'importe quelle couleur et comprendre un logo.
- Les panneaux réfléchissants sont en lettres blanches sur fond bleu et peuvent comporter un logo de n'importe quelle couleur.
- Les panneaux réfléchissants sont offerts en trois tailles : 12 po x 48 po, 16 po x 72 po, 20 po x 84 po.
- Les lettres sont des majuscules d'une hauteur de 3½ po pour les panneaux de 12 po x 48 po; de 5 po pour les panneaux de 16 po x 72 po; de 6 po pour les panneaux de 20 po x 84 po.
- Le panneau, s'il comprend un logo ou un symbole, peut contenir jusqu'à 10 caractères par ligne, espaces comprises, avec un maximum de deux lignes. S'il n'a pas de logo ni de symbole, il peut compter jusqu'à 14 caractères par ligne, espaces comprises.
- Sur ces panneaux, on peut trouver des logos, des symboles, des flèches et des distances.
- Trois panneaux sont autorisés par structure.
- Les structures doivent être espacées de 200 pi (60 m) et peuvent être installées jusqu'à 2500 pi (760 m) de l'intersection.
- Le demandeur fait fabriquer les panneaux et les fournit au ministère des Transports qui les installe.
- Les frais annuels sont de 15 \$ par panneau non réfléchissant et de 30 \$ par panneau réfléchissant.

4.3.2 Programme de panneaux de service générique



Le Maine a un programme de panneaux de service générique (Generic Service Signing Program) pour les établissements de restauration, le téléphone et le carburant, les établissements d'hébergement, les hôpitaux et les terrains de camping. Cette signalisation est installée aux échangeurs le long des routes à chaussées séparées et à accès limité d'au moins 5 mi (8 km).

Dans le cadre de ce programme :

- Les services doivent satisfaire à des exigences minimales, variables selon leur nature, en ce qui concerne les heures d'ouverture.
- Tous les services, sauf les hôpitaux et les terrains de camping, doivent se situer à moins de 2,5 mi (4 km) de l'échangeur.
- Les hôpitaux et les terrains de camping doivent être à moins de 5 mi (8 km) de l'échangeur.
- Sur l'Interstate 95, au nord de la route 16, à Old Town, tous les services, sauf les hôpitaux et les terrains de camping, doivent être dans un rayon de 5 mi (8 km) de l'échangeur. Pour les hôpitaux et les terrains de camping, la distance maximale est de 10 mi (16 km).
- Les services doivent être proposés sept jours sur sept, toute l'année, sauf les terrains de camping.
- Dans les échangeurs où il est évident pour l'automobiliste qu'il se trouve dans une zone urbaine, il n'y a pas de panneaux de service, sauf pour les hôpitaux.

4.3.3 Programme de logos



Le programme de logos (Logo Signing Program) du Maine est confié en sous-traitance à Maine Logos Inc.

La Maine Turnpike Authority a son propre programme de logos, qui est également sous-traité à Maine Logos Inc., pour les établissements d'hébergement, les terrains de camping et les attractions. Les services de carburant et de restauration autres que ceux se trouvant sur les routes à péage sont exclus du programme, la Maine Turnpike Authority assurant elle-même ces services.

Dans le cadre de ce programme :

- Les panneaux de logos ne peuvent être installés que sur les tronçons à caractère rural des routes inter-États.
- Les panneaux de logos ne sont pas autorisés sur les routes inter-États où la vitesse est limitée à 55 mi/h (88 km/h) ou moins (Bangor, Portland et Kittery).
- Des panneaux OBDS doivent être installés pour assurer une continuité avant l'installation des panneaux de logos sur la route inter-États.
- Les seuls logos autorisés concernent les établissements de restauration, les stations-service, les établissements d'hébergement, les terrains de camping et les attractions.
- Les services de restauration, de carburant et d'hébergement doivent être à moins de 2,5 mi (4 km) de la sortie, les terrains de camping, à moins de 5 mi (8 km) et les attractions, à moins de 10 mi (16 km).
- Les frais de demande sont de 100 \$ par logo.
- Les frais annuels de participation sont de 1200 \$ par logo dans chaque sens. Le panneau indicateur de bretelle de sortie, avec

flèche seulement, est compris dans le prix. La Maine Turnpike Authority demande annuellement 1500 \$ par logo dans chaque sens, panneau de bretelle de sortie (avec flèche) inclus.

- Trois entreprises au minimum doivent participer avant qu'une structure de signalisation puisse être installée.

4.4 Réglementation en matière de signalisation

En vertu de la loi sur les services d'information touristique du Maine (*Maine Traveler Information Services Act*), les panneaux publicitaires routiers en dehors des lieux occupés par l'entreprise sont interdits sur toutes les routes du Maine. Les panneaux publicitaires ont été supprimés en 1978.

Les règlements municipaux peuvent être plus sévères que la loi, jamais moins sévères.

4.5 Panneaux publicitaires privés

En vertu de la loi sur les services d'information touristique du Maine, seuls les panneaux installés sur les lieux occupés par l'entreprise sont permis le long des routes du Maine. Ce type de panneau doit être sur le terrain occupé par l'entreprise, à moins de 1000 pi (305 m) des installations.

4.6 Application de la loi

Le ministère des Transports retire les panneaux illégaux de sa propre initiative. Il est compétent pour le faire aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'emprise de route. Toute infraction à la réglementation peut donner lieu à une amende de 200 \$ à payer par le propriétaire du terrain et celui du panneau.

Le ministère des Transports envoie une lettre au propriétaire du panneau et lui donne 30 jours pour enlever le panneau, faute de quoi les agents du ministère interviendront. Si l'identité du propriétaire du panneau est inconnue ou difficile à obtenir, l'avis peut être envoyé au propriétaire du terrain. Dans le cas où le panneau n'est pas retiré, le ministère s'en charge, aux frais du propriétaire.

4.7 Panneaux « Bienvenue à »

4.7.1 Panneaux « Bienvenue dans l'État »

4.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »

4.7.1 Panneaux « Bienvenue dans l'État »



Le ministère des Transports fabrique les panneaux standards « Bienvenue à » (lettres blanches sur fond bleu) et les installe sur l'emprise des routes, aux points d'entrée de l'État.

4.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »



Les panneaux municipaux « Bienvenue à » doivent être installés à l'extérieur de l'emprise de la route. Des critères de couleur, de forme et de taille s'appliquent selon le classement de la route.

Il existait un programme sur les points d'entrée des communautés (Community Gateway Program) dans le cadre d'un programme d'amélioration des communautés. Il prévoyait qu'une municipalité pouvait prétendre à des fonds pour diverses améliorations communautaires, notamment les panneaux « Bienvenue à ». Ce programme fournissait également des fonds pour des projets comme des belvédères, des jardins, etc. La municipalité soumettait le projet au ministère des Transports et une équipe d'évaluation notait les dossiers. Cependant, ce programme n'a pas obtenu de financement.

4.8 Centres d'information aux visiteurs (CIV)



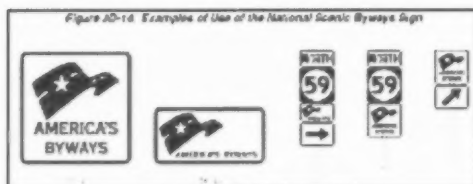
Le Maine compte sept CIV d'État. Ils appartiennent au ministère des Transports, mais leur exploitation est assurée par le ministère du Tourisme, qui la sous-traite. Les panneaux des CIV d'État sont en lettres blanches sur fond bleu. L'État du Maine suit les directives du MUTCD pour déterminer la taille des panneaux, qui dépend de facteurs tels que le type de route, la limite de vitesse, etc.

Le ministère du Tourisme ne fait pas la promotion des CIV municipaux.

4.9 Communication avec l'industrie

Les ministères des Transports et du Tourisme du Maine ont très peu d'échanges avec l'industrie de tourisme en matière de signalisation touristique.

4.10 Programmes de routes panoramiques



Le Maine compte quatre routes panoramiques désignées à l'échelle nationale (National Scenic Byway). Elles sont mises en valeur sur le site web touristique du Maine.

Les panneaux ci-dessus sont ceux installés sur les routes panoramiques nationales et les All-American Roads. Leur utilisation est limitée aux routes désignées ainsi par le secrétaire américain aux Transports. Là où ils sont utilisés, ces panneaux sont placés de telle sorte que la signalisation routière soit vue en priorité par les automobilistes.

4.11 Meilleures pratiques

1. La loi du Maine sur les services d'information touristique est appliquée avec rigueur et rapidité.
2. Une excellente signalisation est mise en place sur les routes inter-États afin de fournir aux automobilistes les indications dont ils ont besoin pour atteindre leur destination.
3. Les normes sont respectées sur tous les panneaux indicateurs.

4.12 Problèmes

1. L'efficacité des programmes de signalisation du Maine doit être évaluée.
2. Les politiques et les critères en matière de signalisation touristique semblent manquer.
3. Aucun programme de signalisation n'est prévu pour orienter les automobilistes (visiteurs) une fois qu'ils sortent du réseau inter-États.
4. Le ministère des Transports pense que le programme de logos n'aide pas le tourisme ni les entreprises touristiques.
5. Des décisions en matière de signalisation contraires aux pratiques routières standards ont été prises dans certaines régions.
6. Il semble que l'industrie touristique du Maine trouve les programmes de signalisation peu clairs.
7. Actuellement, les ministères du Tourisme et des Transports sont réactifs, mais ils cherchent à créer un système plus proactif. Le financement et la dotation en personnel touchent cette question.
8. Sur la route inter-États de la région de Portland et de Bangor, le manque de place pour les panneaux est un problème.
9. Divers programmes de signalisation doivent être financés.
10. Il peut être difficile de déterminer qui est propriétaire d'un panneau.
11. Une politique administrative est à créer.

5.0 New Hampshire

5.1 Vue d'ensemble

1. Dans l'État du New Hampshire, la publicité routière sur le réseau interétatique en dehors des lieux occupés par l'entreprise est contrôlée depuis 1956. Depuis 1995, est également interdite toute publicité routière le long des routes inter-États, des routes primaires fédérales et des autoroutes à péage qui ont été désignées routes panoramiques et culturelles.
2. Le ministère des Transports du New Hampshire (New Hampshire Department of Transportation) supervise et met en application la réglementation en matière de signalisation.
3. Dans les municipalités, le ministère des Transports est chargé du contrôle de la signalisation à l'extérieur de l'emprise des routes à accès limité.
4. Le New Hampshire s'est doté d'un programme de panneaux touristiques de direction qui prévoit un format précis et ne permet aucune indication de type marketing.
5. Les panneaux « Tout droit » ne sont pas autorisés.
6. Le New Hampshire se conforme aux exigences de la loi sur l'embellissement des routes (*Highway Beautification Act*) qui a été adoptée par le Congrès à Washington.

5.2 Rôles

Le ministère des Transports applique toutes les lois d'État relatives à la signalisation et est responsable de l'élaboration et de la gestion de tous les programmes de panneaux touristiques. Les centres d'information aux visiteurs (CIV) d'État (State Welcome Centres) lui appartiennent et il assure leur fonctionnement.

En matière de programmes de signalisation touristique, le ministère du Développement économique et des Ressources (Department of Resources and Economic Development), qui est chargé du tourisme, n'agit qu'à titre consultatif. Il collabore avec le ministère des Transports

au développement de routes panoramiques et s'occupe de la production des brochures et dépliants et de leur mise en présentoir dans les CIV d'État.

5.3 Programmes de signalisation pour l'industrie touristique

5.3.1 Programme de panneaux touristiques de direction (Tourist Oriented Directional Program) – panneaux TD

5.3.2 Programme de panneaux de services *spécifiques* aux automobilistes (*Specific* Motorist Service Signing Program) – panneaux de logos

5.3.3 Programme de panneaux de services *génériques* aux automobilistes (*Generic* Motorist Services Signing Program) – panneaux de service

5.3.1 Programme de panneaux touristiques de direction - panneaux TD



L'État du New Hampshire a un programme de panneaux TD destiné aux entreprises qu'il considère comme entreprises touristiques.

Dans le cadre de ce programme :

- Les panneaux TD sont interdits sur les routes inter-États, les autoroutes à péage et les autoroutes à quatre voies du New Hampshire.

- L'admissibilité repose sur des critères.
- Les panneaux sont uniquement directionnels : aucune publicité n'est permise.
- Les panneaux ne sont pas autorisés sur la route où se trouve l'entreprise (pas de panneaux « Tout droit »).
- Jusqu'à trois panneaux TD sont autorisés par structure, avec un maximum de trois structures par intersection, à condition que la place soit suffisante et que les panneaux ne détournent pas l'attention des conducteurs d'autres indications routières au même endroit.
- La taille du panneau dépend de la vitesse permise sur la route où il est installé : 4 pi x 9 po, 7 pi x 16 po, 8 pi x 20 po.
- La hauteur du lettrage est de 2½ po, 5 po ou 6 po selon la taille du panneau TD.
- Les frais relatifs au permis sont de 10 \$ par panneau et par an et les frais de fabrication et d'installation sont de 400 \$ par panneau.
- Au besoin, les demandeurs doivent installer des panonceaux ou d'autres panneaux TD.
- Les exploitants saisonniers sont chargés de couvrir les panneaux en période d'inactivité.

5.3.2 Programme de panneaux de services spécifiques aux automobilistes – panneaux de logos



Le programme de panneaux de logos du New Hampshire indique aux automobilistes les entreprises de services essentiels et le chemin à suivre pour s'y rendre.

Dans la cadre de ce programme :

- Les panneaux de logos se limitent aux services de carburant, de restauration, d'hébergement et de camping.
- Le permis est valide un an et l'utilisation est garantie deux ans.
- Les panneaux de logos ne sont installés que dans les bretelles de sortie. Ils sont interdits sur les routes à accès limité.
- En région rurale, les entreprises doivent être dans un rayon de 3 mi (4,8 km) de la bretelle (5 mi, soit environ 8 km, pour les terrains de camping) et, en région urbaine, de 1 mi (1,6 km) de la bretelle (5 mi, soit environ 8 km, pour les terrains de camping).
- Six logos au maximum sont permis par panneau et quatre structures au maximum par échangeur.
- Les panneaux de logos font 18 po x 30 po et sont fournis par le demandeur selon des spécifications déterminées.
- L'installation coûte 350 \$ par logo, avec des frais de renouvellement annuels de 50 \$ par logo. Des frais de 350 \$ sont exigés pour l'installation d'un logo de remplacement.

- Le logo d'une entreprise peut être remplacé par celui d'un autre établissement qui s'installe plus près de la bretelle.
- Les logos que le consommateur ne reconnaît pas facilement peuvent être refusés.

5.3.3 Programme de panneaux de services génériques aux automobilistes – panonceaux de service



Dans le New Hampshire, des panonceaux de services standards avec le symbole correspondant sont installés sur les routes inter-États, les autoroutes à péage et les routes à accès limité au niveau des échangeurs ou des sorties où se trouve au moins un des services en question.

Dans le cadre de ce programme :

- Seuls les services de restauration, de carburant, de téléphone et d'hébergement, les hôpitaux, les terrains de camping et les centres d'information aux visiteurs peuvent être indiqués à l'aide de panonceaux de service.
- L'État du New Hampshire a adopté les critères et les symboles normalisés du Manual of Uniform Traffic Control Devices (MUTCD).
- Au besoin, un symbole avec une flèche directionnelle sera installé au bout de la bretelle de sortie.

- En région rurale, le service doit être situé dans un rayon de 1,5 mi (environ 2,4 km) de la bretelle, à un endroit où un fléchage n'est pas nécessaire après la bretelle de sortie.
- En région urbaine, le service doit être situé dans un rayon de 1,25 mi (environ 2 km) de la bretelle, à un endroit où un fléchage n'est pas nécessaire après la bretelle de sortie.
- Le ministère des Transports finance le coût de ce programme.

5.4 Réglementation en matière de signalisation

Contrairement aux autres États visités, le New Hampshire réglemente l'installation des panneaux de publicité routière sur les autoroutes à péage et le réseau primaire fédéral et inter-États. Toutefois, aucun nouveau panneau de publicité ne peut être érigé en dehors des lieux occupés par l'entreprise sur les tronçons du réseau inter-États acquis après le 1^{er} juillet 1956. Depuis 1995, cette interdiction s'est étendue aux panneaux de publicité le long des routes primaires fédérales, autoroutes à péage et routes inter-États désignées routes panoramiques et culturelles, sauf sur les lieux occupés par l'entreprise.

5.5 Panneaux de publicité privés

Dans le New Hampshire, la publicité privée sur le réseau inter-États, les autoroutes à péage et le réseau primaire fédéral est régie par une législation d'État.

5.6 Application de la loi

Le ministère des Transports est responsable de l'application des lois du New Hampshire relatives à la signalisation touristique. En cas de panneau illégal, son propriétaire est invité par courrier à l'enlever dans les 30 jours. S'il ne s'exécute pas, une audition administrative est organisée entre le propriétaire du panneau et le superviseur du contrôle de la publicité extérieure. Les pourvois se font devant une commission d'appel du ministère des Transports. Si le propriétaire ne respecte pas la

décision rendue, le ministère supprime le panneau aux frais du propriétaire.

5.7 Panneaux « Bienvenue à »

5.7.1 Panneaux « Bienvenue dans l'État »

5.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »

5.7.1 Panneaux « Bienvenue dans l'État »



Le ministère des Transports s'occupe de la fabrication, de l'installation et de l'entretien des panneaux « Bienvenue au New Hampshire » installés sur le réseau routier de l'État. Ces panneaux portent le slogan « Live Free or Die » (Vivre libre ou mourir). L'État a tenté de le remplacer par un slogan promotionnel, mais la pression du public l'a contraint à revenir au slogan d'origine.

5.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »

Les panneaux municipaux « Bienvenue à » sont interdits sur les routes inter-États.

5.8 Centres d'information aux visiteurs (CIV)

Le New Hampshire compte 17 centres d'information aux visiteurs (State Welcome Centres), à Canterbury, Colebrook, Hooksett (2), Lebanon, Littleton, Nashua, Conway, Salem, Sanbornton, Seabrook, Shelburne, Springfield, Sutton, Antrim (en saison), Epsom (en saison) et Rumney (en saison).

Leur signalisation est installée sur les routes inter-États et les autoroutes à péage.

Le ministère des Transports est responsable de l'entretien et du nettoyage des CIV. Il veille aussi à leur tenue par les Granite State Ambassadors, les hôtes et hôtesse de l'État de granite. Le ministère compétent pour le tourisme produit la documentation touristique et la met en présentoir dans les CIV.

5.9 Communication avec l'industrie

Il n'existe pas de communication régulière avec l'industrie touristique du New Hampshire.

5.10 Programmes de routes panoramiques



L'État du New Hampshire dispose d'un programme de routes panoramiques et culturelles (Scenic and Cultural Byways Program) créé en 1992, un des nombreux programmes de ce type qui existent aux

États-Unis. Les programmes d'État sont liés directement au programme national de routes panoramiques (National Scenic Byways Program).

5.11 Meilleures pratiques

1. Programme de panneaux de services aux automobilistes (logos).
2. Programme de panneaux touristiques de direction.
3. Définitions et règles administratives précises.
4. Dans les municipalités, le ministère des Transports réglemente la signalisation à l'extérieur de l'emprise des routes à accès limité.

5.12 Problèmes

1. La réglementation doit se pencher sur la question des panneaux numériques.
2. Il faut définir ce qu'est une attraction.
3. Les frais relatifs aux permis ne couvrent pas les coûts administratifs.
4. Il faut trouver des solutions pour dégager les zones où les panneaux se sont multipliés. La route 16, une route panoramique désignée, est parsemée de panneaux publicitaires qui bénéficient d'une clause d'antériorité acquise entre 1970 et 1977.
5. Le programme de logos est injuste pour les petits exploitants (règles du jeu non équitables).

6.0 Ontario

6.1 Vue d'ensemble

1. En dehors des municipalités, les panneaux privés (panneaux publicitaires) sont interdits sur les autoroutes dans les 400 m de l'emprise de route.
2. Les panneaux privés (panneaux publicitaires) sont admis sur les autres routes (routes principales).
3. Le programme de panneaux touristiques de direction (*Tourism-Oriented Directional Signing, TODS*) – l'équivalent des panneaux TD du Nouveau-Brunswick – et le programme Logo sont gérés par Canadian TODS Limited.
4. Le ministère du Tourisme et de la Culture est chargé de mettre au point le programme TODS et les critères de classification des attractions.
5. Le ministère des Transports délivre les permis pour les panneaux TODS et de logos.
6. Les ministères des Transports et du Tourisme évaluent et surveillent conjointement le programme TODS.
7. Les panneaux ne sont pas considérés comme des outils de publicité : ils ne servent qu'au repérage et à l'orientation.

6.2 Rôles

Le ministère du Tourisme est chargé d'élaborer et de revoir le programme TODS, notamment en ce qui concerne les critères d'admissibilité. Il évalue et surveille ce programme en collaboration avec le ministère des Transports.

Les ministères des Transports et du Tourisme approuvent les illustrations des panneaux TD représentant les régions.

Le personnel de terrain du ministère du Tourisme travaille avec les représentants des itinéraires touristiques pour harmoniser les désignations d'itinéraire, la signalisation, les brochures, les cartes, etc.

Le ministère des Transports voit à la réglementation de la signalisation conformément à la politique sur l'affichage commercial et établit les normes techniques du programme TODS. Il s'occupe aussi du programme de panneaux de logos (Logo Sign System) : il conçoit les règles d'admissibilité, les panneaux et les normes en matière de support, d'espacement et de sécurité. Il délivre les permis relatifs aux programmes TODS, de logos et de panneaux publicitaires.

En Ontario, les aires de service autoroutières relèvent aussi du ministère des Transports. Canadian TODS Limited, l'agent de mise en œuvre des programmes TODS et de logos, gère la mise en œuvre, la gestion courante et l'entretien des systèmes de signalisation de toute la province. Son travail comprend notamment la gestion des finances, l'exploitation, la maintenance, l'administration et la commercialisation des programmes. La désignation de Canadian TODS à titre d'agent de mise en œuvre est le résultat d'un processus d'appel à la concurrence.

Le gouvernement, par l'intermédiaire de ses ministères du Tourisme et des Transports, prend en charge l'élaboration des programmes et des politiques, l'établissement et le contrôle des clauses contractuelles ainsi que des normes techniques et d'installation et le suivi et l'évaluation des systèmes de signalisation.

6.3 Programmes de signalisation pour l'industrie touristique

6.3.1 Programme de panneaux touristiques de direction (Tourism-Oriented Directional Signing, TODS)

6.3.2 Programme Logo (Logo Program)

6.3.1 Programme de panneaux touristiques de direction

Le programme ontarien de panneaux TD comprend :

- Panneaux TODS d'attraction ordinaire
- Panneaux TODS d'attraction majeure
- Panneaux TODS décrivant une région
- Panneaux TODS d'itinéraire touristique

Le programme TODS de l'Ontario diffère de celui de panneaux TD du Nouveau-Brunswick dans le sens où, en Ontario, les panneaux d'attraction ordinaire sont permis sur les routes à accès limité et plus d'un panneau est autorisé par structure.

Ce programme conjoint des ministères des Transports et du Tourisme permet aux automobilistes circulant sur les routes provinciales de trouver des attractions, des entreprises et des services touristiques.

Il est entièrement financé par les exploitants touristiques, sans aucuns frais nets pour le gouvernement.

La mise en oeuvre du programme TODS est sous-traitée à Canadian TODS Limited.

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

Dans le cadre du programme TODS pour les attractions majeures et ordinaires :



Attraction majeure



Attraction ordinaire

- Les panneaux TODS servent exclusivement au repérage et à l'orientation. Aucune publicité n'y est permise. Ces panneaux portent trop d'indications pour qu'un automobiliste puisse les lire. On estime que le conducteur qui cherche une entreprise spécifique va balayer le panneau du regard pour trouver le nom qu'il souhaite.
- C'est le ministère du Tourisme qui détermine les critères d'admissibilité, mais les deux ministères évaluent et surveillent conjointement le programme.
- Le forfait de signalisation comprend un panneau de signalisation avancée sur la route à accès limité, un panneau sur la bretelle et des panneaux de confirmation sur le chemin de l'entreprise.
- La distance maximale entre l'entreprise et la sortie est de 40 km.
- Un panneau d'attraction majeure dans une direction coûte entre 3900 \$ et 4500 \$ pour une installation sur autoroute et sur bretelle, somme à laquelle s'ajoutent de 60 \$ à 153 \$ par panonceau indicateur. En moyenne, le coût annuel d'un panneau pour attraction majeure (sur autoroute) est de 4800 \$ (avec six panonceaux).
- Un panneau d'attraction ordinaire dans une direction coûte entre 300 \$ et 600 \$ pour une installation sur autoroute et

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

sur bretelle, somme à laquelle s'ajoutent de 60 \$ à 153 \$ par panneau indicateur. En moyenne, le coût annuel d'un panneau pour attraction ordinaire (sur autoroute) est de 1200 \$ (avec six panneaux).

- Chaque structure peut porter deux panneaux d'attraction majeure ou trois panneaux d'attraction ordinaire.
- Les panneaux d'attraction majeure sont plus grands et ils peuvent comprendre le logo de l'entreprise. Les panneaux d'attraction ordinaire portent une icône générique et sont de plus petite taille.
- Les coûts de ces panneaux ne couvrent pas les coûts réels supportés la première année par le sous-traitant pour la fabrication, l'installation et l'entretien.
- À partir de 2010, les coûts pourront augmenter de 3 % au maximum chaque année, selon l'indice des prix à la consommation.
- Quand il n'y a pas assez de place pour satisfaire toutes les demandes de panneau, les attractions majeures sont prioritaires.
- Sur une autoroute ou une route urbaine, un établissement touristique peut prétendre à un panneau d'attraction majeure si sa fréquentation annuelle est d'au moins 30 000 personnes; sur une autoroute ou une route rurale, il peut y prétendre à partir de 15 000 personnes. L'exploitant doit fournir des reçus vérifiés pour confirmer ses chiffres de fréquentation.
- La hauteur des lettres dépend de la vitesse limite de la route. En général, sur les autoroutes, les lettres font 13,33 po et, sur les routes principales, 8 po.
- À certains endroits, une liste d'attente a été créée pour les panneaux TODS en raison du manque d'espace.

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

Dans le cadre du programme de panneaux TODS décrivant une région :



- Les panneaux TODS décrivant une région sont très illustrés et mettent en valeur une région, une activité ou un thème majeur sur le plan du marketing.
- Un maximum de deux panneaux de ce type est autorisé par direction sur chaque route provinciale qui passe à 40 km des limites de la région thématique, mais sans la traverser. Les panneaux doivent être situés avant un carrefour comportant une voie d'accès directe à la région.
- Le coût annuel d'un panneau décrivant une région est de 1200 \$ sur les autoroutes et de 600 \$ sur les routes principales.
- Le demandeur du panneau doit :
 - choisir un responsable unique pour le panneau;
 - montrer que le responsable a établi une stratégie de marketing touristique complète et d'actualité;
 - démontrer que le panneau va dans le sens des priorités marketing de la région;
 - prouver que la demande est le fruit d'une coopération avec les autorités touristiques régionales ou locales et qu'elle reflète un consensus;
 - confirmer la participation et le soutien du personnel local du ministère du Tourisme.

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

- Les régions thématiques doivent :
 - posséder des caractéristiques sociales, physiques et culturelles qui créent un sentiment d'identité régionale;
 - disposer d'une infrastructure touristique adéquate pour épauler le développement du tourisme (notamment les services publics, les routes, les services commerciaux et d'autres services sociaux pour aider les établissements touristiques et répondre aux besoins des voyageurs);
 - englober plus d'une communauté ou attraction;
 - comprendre des attractions ou avoir le potentiel de contribuer au développement de suffisamment d'attractions pour attirer les touristes.

Dans le cadre du programme de panneaux TODS d'itinéraire touristique :



- La signalisation des itinéraires touristiques est différente de celle des établissements touristiques. Les itinéraires sont des trajets ou des circuits qui amènent les automobilistes à visiter différents établissements touristiques en cours de route, en s'écartant parfois du parcours principal.
- Les établissements qui sont des points d'arrêt sur un itinéraire doivent pouvoir prétendre individuellement au titre d'attraction touristique et accepter par écrit de figurer sur la signalisation de l'itinéraire.

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

- Une organisation ou un établissement doit être désigné comme représentant de l'itinéraire aux fins de la signalisation et sera responsable de toutes les transactions avec l'agent de mise en œuvre et des paiements dus.
- L'organisation doit soumettre un budget et un plan marketing. La carte et la brochure de l'itinéraire doivent faire partie des éléments de base.
- La signalisation doit concerner :
 - le chemin à suivre pour rejoindre l'itinéraire depuis une route majeure;
 - le début et la fin de l'itinéraire;
 - les attractions sur et à proximité de l'itinéraire;
 - l'itinéraire lui-même;
 - le logo de l'itinéraire doit figurer sur tous les panneaux.

6.3.2 Panneaux de services spécifiques (panneaux de logos)



Le ministère des Transports a conclu une entente avec Canadian TODS Limited pour la fourniture des panneaux de logos.

Dans le cadre de ce programme :

- Les logos sont approuvés pour les entreprises de restauration, de carburant et d'hébergement.
- L'entreprise doit être dans un rayon de 5 km de la sortie.

- Les panneaux de logos sont installés sur les autoroutes et les bretelles de sortie. Au besoin, des panonceaux peuvent être installés également.
- La taille des logos est de 90 cm x 105 cm sur les routes principales et de 45 cm x 53 cm sur les bretelles de sortie.
- Une entreprise doit :
 - ne pas déjà participer au programme TODS;
 - s'adresser au grand public;
 - être ouverte sept jours sur sept, 12 mois par année;
 - avoir son entrée principale à 5 km au maximum, par la route, du premier point d'intersection et pouvoir être atteinte sans changer de direction plus de deux fois après la première intersection;
 - avoir installé les panonceaux et être en possession des approbations ou des permis municipaux nécessaires avant l'installation du panneau de logo;
 - être visible depuis la route transversale ou adjacente qui fait partie de l'itinéraire fléché à l'aide de panonceaux;
 - avoir une entrée directe;
 - se conformer à toutes les dispositions législatives applicables.

6.4 Réglementation en matière de signalisation

L'Ontario réglemente les panneaux de publicité routière conformément à la politique sur l'affichage commercial. Ces dispositions ont été élaborées pour mettre les besoins des entreprises et du secteur touristique en équilibre avec la sécurité et les considérations esthétiques et environnementales du public. La politique énonce des spécifications sur des points comme la taille des panneaux, leur emplacement et la marge de recul. Le nombre de panneaux et leur emplacement sur ou le long des routes provinciales sont aussi réglementés.

Cette politique s'applique à toutes les routes, sauf en ce qui concerne les panneaux publicitaires, interdits dans la zone de contrôle adjacente aux autoroutes, où un permis est requis.

Dans le Nord de l'Ontario, où la zone forestière frôle l'emprise de la route ou empiète sur elle, le ministère des Transports autorise l'installation de panneaux plus près ou à l'intérieur de l'emprise de certaines routes (pas sur les autoroutes).

Personne ne peut installer un panneau dans la zone de contrôle de 400 m sans permis de signalisation du ministère des Transports.

6.5 Panneaux publicitaires privés

En Ontario, les panneaux de publicité sont réglementés dans les 400 m de la limite d'une route. La politique sur l'affichage commercial interdit l'installation de publicité (panneaux publicitaires) à moins de 400 m des autoroutes (de la série 400). Toutefois, sur les routes principales (toutes les routes sauf les autoroutes de la série 400), les panneaux publicitaires peuvent être installés à moins de 400 m moyennant un permis du ministre.

Le coût du permis initial pour une route principale est 10 \$/m² (minimum 150 \$), avec des frais annuels de renouvellement de 6,50 \$/m² (minimum 130 \$).

Conformément à la politique sur l'affichage commercial, des permis peuvent être délivrés pour des panneaux d'emplacement : panneaux sur place, de centre commercial ou d'ensemble industriel, pour emploi à domicile, d'aménagement, de promotion immobilière ou de construction, mobiles, saisonniers pour la vente de fruits et légumes et panneaux municipaux « Bienvenue à ».

6.6 Application de la loi

Selon la *Loi sur l'aménagement des voies publiques et des transports en commun* de l'Ontario, le ministre a le pouvoir d'ordonner à tout propriétaire d'un terrain d'enlever ou de modifier un panneau, un avis ou un dispositif publicitaire. Si le propriétaire du terrain ne s'exécute pas dans les 30 jours, le ministre peut, par écrit, autoriser toute personne à pénétrer sur le terrain concerné et à faire le nécessaire pour que la directive soit observée.

La *Loi* stipule également que quiconque contrevient à une directive ou ne s'y conforme pas, ou est déclaré coupable d'une infraction est passible d'une amende d'au moins 50 \$ et d'au plus 500 \$ pour une première infraction et d'au moins 200 \$ et au plus 1000 \$ pour toute récidive (en révision).

On trouve des bureaux locaux d'agents de gestion des couloirs routiers dans toute la province, à savoir à Thunder Bay, North Bay, London, Downsview et Kingston. Ces agents sont responsables de l'application de la politique sur l'affichage commercial dans leur région.

6.7 Panneaux « Bienvenue à »

6.7.1 Panneaux « Bienvenue dans la province »

6.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »

6.7.1 Panneaux « Bienvenue dans la province »



Pour ses panneaux « Bienvenue en Ontario », la province utilise un format de panneau non modifiable.

6.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »



Ces panneaux doivent être installés dans les limites de la municipalité et ne peuvent indiquer que son nom.



Le ministère des Transports peut également installer des panneaux indiquant les limites municipales. On peut y trouver des renseignements comme le nom de la municipalité, sa population, le nombre d'échangeurs routiers, un logo municipal ou un message de bienvenue.

6.8 Centres d'information touristique (CIV)

L'Ontario compte 18 centres provinciaux d'information touristique. Onze sont ouverts toute l'année, sept sont saisonniers. Ils sont tous situés à des points d'entrée de la province, sauf ceux de Barrie et du centre-ville de Toronto.

Les centres d'information touristique ne font pas partie du programme TODS.

Le ministère du Tourisme envisage actuellement de changer leur symbole de « ? » en « i ». Il veut également donner aux centres une plus grande visibilité.

Certains centres d'information touristique sont accessibles directement depuis les autoroutes de la série 400. Ces aires de service fournissent des services de restauration et du carburant. Elles dépendent du ministère des Transports et leur exploitation est sous-traitée à une entreprise privée.

Les centres d'information touristique saisonniers sont équipés d'un dispositif d'affichage extérieur pour l'industrie. Cette tour de signalisation (Tower Signage) est composée d'un support à trois pieds et d'un banc.

6.9 Communication avec l'industrie

Les programmes de signalisation sont communiqués à l'industrie au moyen de bulletins d'intervenants, de courriels, d'appels téléphoniques, de réunions et de communiqués sur le site du ministère du Tourisme.

6.10 Programmes de routes panoramiques

Voir p. 92 le programme des panneaux TODS d'itinéraire touristique.

6.11 Meilleures pratiques

1. L'uniformité est de rigueur pour ce qui est des principes de conception des panneaux. Par exemple, les panneaux de logos s'harmonisent avec les programmes de logos des États-Unis.
2. Des critères de qualification assurent un niveau adéquat de services aux automobilistes.
3. Une solide relation de travail avec les fournisseurs de services doit garantir que le programme répond aux besoins des automobilistes.
4. Le ministère des Transports réglemente la signalisation à l'extérieur de l'emprise des routes à accès limité dans les municipalités.

6.12 Problèmes

1. Manque d'espace sur les autoroutes urbaines où les services essentiels pour automobilistes ont tendance à être plus concentrés.
2. Relations avec les clients qui ne remplissent pas les critères de qualification.
3. Traitement des demandes d'ajout de panneaux ou d'installation d'une signalisation bien avant l'emplacement du service.
4. Application de la loi.
5. Plaintes relatives au temps nécessaire pour faire installer ou réparer un panneau TODS.
6. Entretien des panneaux.

7.0 Québec

7.1 Vue d'ensemble

1. Les panneaux publicitaires privés ne sont pas permis à moins de 75 m d'une autoroute.
2. Le programme de signalisation des équipements touristiques privés du Québec est similaire à un programme de panneaux touristiques de direction (panneaux TD).
3. Les panneaux de signalisation d'équipements touristiques sont situés sur les routes à accès limité, sauf dans les zones urbaines à trafic intense, où la signalisation se limite aux attractions majeures. Des panneaux d'équipements touristiques privés peuvent être installés sur les autres voies, telles que les routes nationales, régionales et municipales.
4. Le Québec possède également un programme de signalisation des postes d'essence et des services de restauration sur les autoroutes, semblable à un programme de logos.
5. Les programmes de signalisation québécois offrent une flexibilité minimale.
6. Les panneaux publicitaires privés sont autorisés le long de certaines voies de raccordement, à 15 m d'une autoroute, s'il s'agit d'une zone urbanisée et selon les dimensions du panneau.
7. Dans la province, certaines routes relèvent du ministère des Transports du Québec (Transports Québec), tandis que d'autres sont du ressort des municipalités.
8. La signalisation doit répondre aux besoins des consommateurs, pas des exploitants.
9. Les panneaux servent au repérage et à l'orientation, non au marketing.
10. Le ministère des Transports du Québec est membre de l'Association des transports du Canada.

11. Le ministère du Tourisme (Tourisme Québec) et Transports Québec collaborent au développement des programmes de signalisation.

7.2 Rôles

Les programmes de signalisation provinciaux destinés aux établissements touristiques sont administrés conjointement par Tourisme Québec et Transports Québec. Les deux ministères sont responsables du contenu du programme de signalisation touristique. La mise en œuvre des programmes et l'installation des panneaux sont sous-traitées à une organisation à but non lucratif, ATR associées du Québec (ATRAQ).

a) Transports Québec

Transports Québec agit à titre de gestionnaire de projet pour tout le système de signalisation du Québec. Il détermine les normes, notamment celles qui ont trait au contenu, aux dimensions, à l'emplacement et à la distance des panneaux. Il approuve également les plans de signalisation fournis par l'ATRAQ et veille au respect des normes. Enfin, il approuve l'installation des panneaux.

Transports Québec et Tourisme Québec définissent et évaluent conjointement les programmes de signalisation touristique.

b) Tourisme Québec

Dans le cadre du programme de signalisation des équipements touristiques privés, Tourisme Québec travaille avec les associations touristiques régionales afin d'établir, selon des critères, une liste annuelle des établissements admissibles. Tourisme Québec évalue les demandes de signalisation et décide si un demandeur a le droit de participer au programme.

Tourisme Québec conseille également les organisations touristiques concernées (ATR, municipalités, bureaux et organisation du gouvernement) pour les aider à élaborer leur propre politique en

matière de signalisation touristique, conformément à la politique du gouvernement.

Transports Québec et Tourisme Québec définissent et évaluent conjointement les programmes de signalisation touristique.

c) Associations touristiques régionales

Jusqu'en 2007-2008, les associations touristiques régionales étaient le premier point de contact pour le dépôt d'une demande de signalisation touristique. Elles se chargeaient de traiter et d'évaluer les demandes de leur région. Depuis 2008, en vertu d'un accord spécifique entre elles et l'ATRAQ, ce rôle revient à cette dernière.

Jusqu'en 2007-2008, les associations touristiques régionales recommandaient les exploitations touristiques admissibles à Tourisme Québec. Depuis 2008, c'est la responsabilité de l'ATRAQ.

De même, l'association touristique régionale veillait à ce que les exploitations touristiques admissibles respectent les critères pendant la durée du contrat. Depuis 2008, ce rôle est celui de l'ATRAQ.

Les associations touristiques régionales participent à l'évaluation annuelle des exploitations touristiques et des critères d'admissibilité.

Quand le nombre d'exploitations touristiques admissibles dépasse le nombre de places disponibles à une intersection ou une sortie d'autoroute, un processus de sélection permet de déterminer les exploitations touristiques qui seront signalisées. L'association touristique régionale peut faire son choix en fonction des critères qu'elle a élaborés et qui ont été approuvés par le ministère du Tourisme.

d) ATR associées du Québec

Dans le cadre d'un accord avec les ministères du Tourisme et des Transports, l'ATRAQ se charge de la fabrication des panneaux touristiques, de leur installation et de leur entretien.

L'ATRAQ conclut les accords et les contrats avec les entreprises touristiques admissibles qui se conforment aux normes établies par le ministère des Transports.

Elle fait la promotion du programme de signalisation touristique auprès des entreprises admissibles de toute la province et assure la continuité du programme.

7.3 Programmes de signalisation pour l'industrie touristique

7.3.1 Programme de signalisation des équipements touristiques privés (similaire au programme de panneaux TD)

7.3.2 Programme de signalisation des équipements touristiques publics (similaire au programme de panneaux TD)

7.3.3 Programme de signalisation des postes d'essence et des services de restauration (logos)

7.3.1 Programme de signalisation des équipements touristiques privés



Attraction ordinaire



Attraction majeure

Le programme québécois de signalisation des équipements touristiques privés comprend :

- des panneaux d'attraction ordinaire,
- des panneaux d'attraction majeure.

Il se distingue du programme de panneaux TD du Nouveau-Brunswick en cela que la signalisation des exploitations touristiques ordinaires privées est permise sur les routes à accès limité et que plus d'un panneau est autorisé par structure.

Ce programme conjoint de Tourisme Québec et de Transports Québec offre une signalisation sur les routes provinciales pour aider les automobilistes à trouver des attractions, entreprises et services touristiques.

Dans le cadre de ce programme :

- L'ATRAQ met en oeuvre le programme en sous-traitance : elle fabrique, installe et entretient les panneaux des attractions majeures et ordinaires.
- La disposition graphique des panneaux d'attraction majeure et ordinaire est la même dans toute la province.
- Les exploitations touristiques doivent répondre à des critères de base précis et à des critères spécifiques à leur catégorie.
- Les panneaux d'équipement touristique privé sont situés sur les routes à accès limité, sauf en milieu urbain à trafic intense, où les panneaux se limitent aux attractions majeures. Des panneaux doivent être installés pour fournir un fléchage continu jusqu'à l'exploitation touristique sur toutes les routes du Québec, y compris les routes nationales, régionales et municipales, même si elles traversent plusieurs municipalités ou régions.
- Les panneaux d'attraction majeure peuvent être installés pour des exploitations touristiques des régions touristiques suivantes : Montréal, Québec, Outaouais, Laurentides,

Montréal, Laval, Cantons de l'Est et Mauricie. En plus des critères de base, les attractions majeures doivent correspondre à la définition et aux critères établis par le ministère du Tourisme. Le niveau de fréquentation, qui est un de ces critères, s'échelonne de 750 000 personnes pour Montréal à 40 000 personnes pour la Mauricie.

- L'exploitation touristique paie tous les frais liés à la fabrication, l'installation et l'entretien du panneau et conclut un contrat de trois ans dont elle règle les frais annuellement.
- En 2009, le coût d'un panneau d'équipement touristique privé (attraction majeure ou ordinaire) variait de 480 \$ à 2199 \$ en fonction de la classification de la route. Les frais annuels étaient de 729 \$ pour la durée du contrat (trois ans). Les coûts varient chaque année selon l'indice des prix à la consommation du Québec.
- Trois panneaux d'attraction sont autorisés par structure. Si la signalisation est installée sur une autoroute, l'exploitation touristique doit être à moins de 20 km de la sortie.
- Quand l'espace est limité, il faut procéder à une signalisation collective, un partage d'espace ou une sélection des installations. Les exploitations sont sélectionnées par l'association touristique régionale ou, à défaut, par le ministère du Tourisme, selon les données annuelles de fréquentation touristique.

7.3.2 Programme de signalisation des équipements touristiques publics



Ces panneaux sont installés pour indiquer les parcs en bordure de route, les parcs nationaux, les réserves fauniques, etc., qui appartiennent au gouvernement provincial ou fédéral. La couleur brune est utilisée pour différencier ces installations des équipements touristiques privés.

7.3.3 Programme de signalisation des postes d'essence et des services de restauration



Il s'agit d'un programme de type logo qui signale les services de carburant et de restauration situés dans les environs immédiats des autoroutes québécoises. La mise en oeuvre du programme et la fabrication, l'installation et l'entretien des panneaux de logos sont sous-traités à l'ATRAQ.

Dans le cadre de ce programme :

- L'entreprise doit être située à moins de 5 km de la sortie et être ouverte sept jours sur sept, toute l'année.
- Pour les autoroutes, la taille du logo est de 150 cm x 90 cm et pour les bretelles, de 75 cm x 45 cm.
- En 2009, le coût annuel d'un panneau de logo était de 2072 \$ pour un contrat de trois ans. Les coûts varient chaque année selon l'indice des prix à la consommation du Québec.
- Un maximum de quatre logos est autorisé par structure.

- Des panonceaux doivent être installés pour assurer la continuité de fléchage depuis l'autoroute jusqu'à l'entreprise.
- Lorsque des panonceaux de fléchage doivent être installés le long de rues ou de routes municipales, l'ATRAQ doit obtenir l'autorisation écrite de la municipalité pour les logos. La municipalité peut autoriser l'ATRAQ à installer les panneaux ou les installer elle-même selon des normes réglementaires. Les panonceaux doivent être en place avant l'installation des panneaux autoroutiers. La même règle s'applique aux équipements touristiques privés.
- La priorité est donnée aux besoins des automobilistes. Les services de carburant passent donc avant ceux de restauration.
- Quand les demandes de panneau de logo dépassent l'espace disponible, une sélection est réalisée pour déterminer l'entreprise qui sera signalisée en vertu d'un contrat de trois ans.
- Les panneaux de logos sont interdits dans les grandes régions métropolitaines de Montréal, Québec, Gatineau, Trois-Rivières et Sherbrooke.

7.4 Réglementation en matière de signalisation

Au Québec, la réglementation des panneaux de publicité se fait au moyen de deux lois et d'un règlement (*Loi interdisant l'affichage publicitaire le long de certaines voies de circulation*, *Loi sur la publicité le long des routes* et *Règlement sur la publicité le long des routes*).

- La *Loi interdisant l'affichage publicitaire le long de certaines voies de circulation* s'applique à la publicité sur des routes où la limite de vitesse est de 70 km/h ou plus, à l'intérieur des municipalités régies par la *Loi sur les cités et villes* et à moins de 200 m du bord de la chaussée. De plus, les restrictions varient selon qu'il s'agit ou non d'une zone urbanisée. Toutes les municipalités qui sont des villes, comme la Ville de Gaspé, la Ville de Percé, la Ville de Montréal ou la Ville de Québec, sont sous le régime de cette loi.

- La *Loi sur la publicité le long des routes* s'applique aux publicités installées sur les routes entretenues par le ministère des Transports en dehors des municipalités régies par la *Loi sur les cités et villes* et à moins de 300 m du bord de la chaussée. Par conséquent, toutes les localités ayant une appellation de « municipalité », « canton », « paroisse » et « village » sont sous le régime de cette loi, comme la Municipalité de Grande-Vallée, le Village de Grande-Rivière, le Canton d'Orford ou la paroisse de Packington.
- *Règlement sur la publicité le long des routes*

Chaque loi prévoit des restrictions pour différents sujets, comme les dimensions ou les types de panneaux. Le règlement comporte des détails précis sur l'application de la *Loi sur la publicité le long des routes*.

7.5 Panneaux de publicité privés

Voir la section 7.4 ci-dessus. Le permis du ministère des Transports est valable un an, trois ans ou cinq ans, selon ce que souhaite le demandeur. Un permis d'un an coûte 50 \$, de trois ans, 100 \$, et de cinq ans, 150 \$. Il est renouvelable à son terme, avec le même barème tarifaire, mais uniquement pour les publicités réglementées par la *Loi sur la publicité le long des routes*.

7.6 Application de la loi

Selon la *Loi sur la publicité le long des routes*, qui interdit l'affichage commercial le long de certaines voies de circulation, toute personne qui installe une publicité ou en permet ou en autorise l'installation en contravention à l'article 1, est coupable d'une infraction et est passible d'une amende de 500 \$ à 2000 \$ dans le cas d'une personne physique et de 2000 \$ à 10 000 \$ dans le cas d'une personne morale.

7.7 « Panneaux « Bienvenue à »

7.7.1 Panneaux « Bienvenue dans la province »

7.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »

7.7.1 Panneaux « Bienvenue dans la province »



Pour ses panneaux « Bienvenue au Québec », la province utilise un format de panneau non changeable.

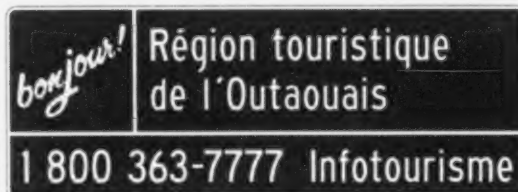
D'autres panneaux de bienvenue (voir ci-dessous) sont installés le long des routes numérotées de 100 à 199 et des autoroutes ainsi qu'aux sorties des aéroports internationaux. Ces panneaux indiquent le numéro de téléphone du centre gouvernemental d'information touristique que les automobilistes peuvent composer pour obtenir des renseignements touristiques sur le Québec.



Signalisation d'accueil à l'entrée des régions touristiques

Les panneaux d'accueil à l'entrée des régions touristiques (voir ci-dessous) sont installés aux points d'entrée de régions touristiques, sur

les routes numérotées de 100 à 199 et sur les autoroutes. Ils indiquent le nom de la région touristique dans laquelle l'automobiliste entre. Ces panneaux indiquent le numéro de téléphone du centre gouvernemental d'information touristique que les automobilistes peuvent composer pour obtenir des renseignements touristiques sur le Québec.



7.7.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »

Les panneaux municipaux « Bienvenue à » sont autorisés sur toutes les routes, mais sont réservés aux municipalités (les autres entités, comme les comtés, n'y ont pas droit). La municipalité s'occupe de la conception du panneau en s'appuyant sur les indications proposées dans le manuel sur la circulation au Québec.

7.8 Centres d'information aux visiteurs (CIV)



Le Québec compte sept centres provinciaux d'information aux visiteurs. Cinq sont situés à des postes frontaliers, un à Montréal et un à Québec. Tous ces centres sont saisonniers.

On trouve également des panneaux sur les voies publiques pour trois autres types de centres d'information aux visiteurs :

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

- Les bureaux d'information touristique sont situés dans les principaux centres urbains du Québec, le long des routes principales ou à des intersections stratégiques du point de vue touristique. Ils fournissent des renseignements complets sur leur région et de l'information complémentaire sur les régions limitrophes, les régions traversées par des routes touristiques et les grandes destinations, notamment Montréal et Québec.



- Les bureaux d'accueil touristique sont des centres touristiques locaux qui concernent un quartier, un lieu ou un groupe de municipalités voisines. Des panneaux de signalisation peuvent être installés sur une autoroute à condition que le bureau soit à moins de 2 km et qu'il soit ouvert toute l'année, comme le recommande l'association touristique régionale. Les panneaux sont les mêmes que pour les bureaux d'information touristique.
- Les relais d'information touristique sont des lieux organisés pour fournir aux visiteurs des renseignements par d'autres moyens que du personnel. L'information peut être sous forme textuelle, cartographique, photographique ou électronique. Leur signalisation est installée à 2 km de leur emplacement, dans les deux sens.



Les centres municipaux d'information aux visiteurs doivent respecter des critères établis pour recevoir l'accréditation de centre d'information aux visiteurs du Québec.

7.9 Communication avec l'industrie

Tourisme Québec communique avec l'industrie touristique québécoise par l'intermédiaire des associations touristiques, de comités, de bulletins et de son site web.

Transports Québec a produit une série de livrets bien présentés sur chacun des programmes de signalisation touristique.

Tourisme Québec et Transports Québec pensent que l'industrie québécoise du tourisme est très satisfaite des programmes de signalisation qui existent dans la province.

7.10 Programmes de routes panoramiques

Programme de signalisation des routes touristiques (sous la responsabilité du ministère des Transports)



Le programme de routes touristiques du Québec est défini par les ministères des Transports et du Tourisme. La province comprend 22 régions touristiques, chacune d'elles ayant droit à un maximum de trois routes touristiques. Actuellement, 15 routes sont reconnues par le

programme et signalisées sur le réseau routier. Transports Québec conclut un contrat de 5 ans avec l'organisation responsable de la promotion de la route panoramique (dans la plupart des cas, une association touristique régionale, une municipalité régionale de comté ou un organisme à but non lucratif). Cette entente couvre l'installation des panneaux et leur entretien pour la durée du contrat. La région touristique paie pour les brochures, les sites web, etc., pour promouvoir et commercialiser les routes touristiques.

Les panneaux de route touristique sont installés tous les 10 km en zone rurale et tous les 2 km en zone urbaine ainsi qu'aux points de décision. L'accès aux routes touristiques se fait par des panneaux installés sur les autoroutes et voies principales menant à la route touristique. Une distance d'au moins 20 km doit être respectée entre ces panneaux.

7.11 Meilleures pratiques

1. Le gouvernement suit les normes et applique les principes de chaque programme (pas d'exceptions).
2. Les programmes de signalisation sont bien financés.

7.12 Problèmes

1. La publicité routière est régie par deux lois, une situation qui complique l'application.
2. Des exploitants privés installent des panneaux « maison », parfois dans l'emprise de la route. Cela n'aide ni l'exploitant ni les visiteurs.
3. Dans les municipalités, il y a trop de panneaux et trop de noms sur ces panneaux.

8.0 Nouveau-Brunswick

8.1 Vue d'ensemble

1. Au Nouveau-Brunswick, les panneaux publicitaires privés installés dans la zone réglementée d'une route (à 500 m du bord de la zone carrossable) sont contrôlés.
2. Les panneaux publicitaires privés sont permis à 1 m à l'extérieur de l'emprise de la route, avec un permis du ministère des Transports.
3. Le ministère des Transports contrôle les panneaux publicitaires privés en dehors des municipalités. Les villes gèrent ceux qui sont installés dans leurs limites.
4. Le Nouveau-Brunswick offre un programme de signalisation touristique de direction (panneaux TD) qui comprend des panneaux d'attractions majeures, secondaires et ordinaires.
5. Le ministère du Tourisme (Tourisme et Parcs) classe les attractions dans ces trois catégories (majeures, secondaires, ordinaires).
6. Le ministère des Transports fabrique, installe et entretient les panneaux TD.
7. En partenariat, les ministères du Tourisme et des Transports développent les programmes de panneaux touristiques pour offrir aux visiteurs une signalisation de repérage et d'orientation.
8. Le Comité interministériel de l'affichage routier, composé de hauts fonctionnaires des deux ministères, se réunit tous les trois mois pour discuter de questions relatives à la signalisation et évaluer les différents programmes qui y ont trait.
9. Les décisions en matière de signalisation touristique se fondent entre autres sur des études de consommation.
10. Les panneaux ne sont pas considérés comme des outils publicitaires : ils servent au repérage et à l'orientation.
11. Le Nouveau-Brunswick est membre de l'Association des transports du Canada (ATC).

12. Tourisme et Parcs communique régulièrement avec l'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick (AITNB) sur les questions de signalisation.

8.2 Rôles

Les ministères des Transports et du Tourisme élaborent la réglementation relative à la signalisation pour le gouvernement néo-brunswickois.

Le ministère des Transports gère le programme de panneaux TD. Il fabrique les panneaux, les installe et les entretient. Tourisme et Parcs fournit les listes d'exploitations touristiques qui répondent aux critères établis pour chaque attraction.

Le ministère des Transports applique le *Règlement sur la publicité routière*. Il délivre les permis de publicité routière et approuve les emplacements de panneaux dans le cadre du programme de publicité routière. Tourisme et Parcs approuve la conception des panneaux routiers et le type d'exploitations admissibles aux panneaux de publicité routière.

8.3 Programmes de signalisation pour l'industrie touristique

8.3.1 Programme de panneaux touristiques de direction (panneaux TD)

8.3.2 Programme de panonceaux de service

8.3.3 Programme de panneaux de publicité privés

8.3.1 Programme de panneaux touristiques de direction (panneaux TD)



Le programme de panneaux TD du Nouveau-Brunswick signale les attractions majeures, secondaires et ordinaires. Les panneaux d'attractions ordinaires ne sont cependant pas permis le long de routes à accès limité de niveaux I et II.

Ce programme de panneaux installés dans l'emprise de la route aide les automobilistes à trouver des attractions et services touristiques. Il est entièrement financé par l'exploitant touristique. Le ministère des Transports veille à la fabrication, à l'installation et à l'entretien des panneaux.

Dans le cadre de ce programme :

- Les attractions majeures et secondaires sont déterminées par Tourisme et Parcs au moyen du Programme de classification des attractions (en révision).
- Pour participer au programme, les attractions doivent satisfaire aux critères d'admissibilité de Tourisme et Parcs.
- Contrairement aux autres endroits visités, au Nouveau-Brunswick, les panneaux TD doivent être conçus pour inclure les deux langues officielles.
- Une seule entreprise touristique est autorisée par structure de signalisation.

- La distance de l'entreprise à laquelle le panneau d'attraction majeure peut être installé dépend du type de route. Le panneau TD peut être installé sur la route de grande communication la plus proche de l'attraction ou, sur une route qui n'est pas de grande communication, à 25 km au maximum de l'entreprise.
- Les panneaux d'attractions majeures et secondaires sont fabriqués en aluminium extrudé et installés sur des poteaux d'aluminium.
- La taille du panneau d'attraction majeure dépend du message à afficher. La taille moyenne d'un tel panneau est de 16 pi x 14 pi.
- L'entreprise touristique assume le coût réel de fabrication et d'installation du panneau par le ministère des Transports, soit 55 \$/pi² (coût estimatif).
- La taille d'un panneau d'attraction secondaire est de 12 pi x 8 pi. Ses coûts de fabrication et d'installation sont de 6000 \$.
- Il n'y a pas de frais annuels pour les panneaux d'attractions majeures ou secondaires, mais l'entreprise touristique est responsable des frais de remise en état au besoin (la durée utile d'un panneau est d'environ 18 ans).
- En ce qui concerne les panneaux d'attractions ordinaires, le ministère des Transports les fabrique en contreplaqué revêtu de densité moyenne et les installe sur des poteaux en bois traité sous pression de 5 po x 5 po.
- La taille d'un panneau d'attraction ordinaire dépend du nom de l'entreprise touristique, la taille maximum étant de 4 pi x 10 pi.
- Un panneau d'attraction ordinaire ne comporte que le symbole qui désigne le type d'entreprise, la dénomination officielle de l'entreprise et la distance jusqu'à l'entreprise ou la sortie indiquée.
- Un panneau d'attraction ordinaire coûte 600 \$ (fabrication et installation), plus des frais annuels d'entretien de 100 \$.
- Toute la signalisation de suivi est comprise dans le coût du panneau d'attraction ordinaire.

- Les entreprises touristiques situées dans une ville ne sont pas admissibles aux panneaux TD d'attraction ordinaire.
- L'exploitation et l'entretien de la Transcanadienne entre la frontière du Québec et Moncton sont gérés par deux entreprises privées : Maritime Road Development Corporation (MRDC) et Brun-Way Operations (Brun-Way). La route 1 entre la frontière américaine et River Glade est administrée par Dexter Transfield Service (Dexter).
- La fabrication et l'installation des panneaux TD (attractions majeures et secondaires et centres d'information aux visiteurs) à l'intérieur de l'emprise de la Transcanadienne relèvent de :
 - Brun-Way entre la frontière avec le Québec et Longs Creek;
 - MRDC entre Longs Creek et le chemin Mountain, à Moncton;
 - Dexter sur la route 1.
- À l'heure actuelle, la signalisation à l'intérieur de l'emprise de toutes les autres routes provinciales relève du ministère des Transports.

8.3.2 Programme de panonceaux de service



Le Nouveau-Brunswick dispose de deux programmes de signalisation par panonceaux de services : les panonceaux de service bleus distincts et les panonceaux de service ruraux. L'objectif des panonceaux de service bleus est d'indiquer aux automobilistes les services essentiels et les entreprises et activités touristiques qui se trouvent à proximité des

routes à accès limité de niveaux I et II. Les panonceaux de service ruraux signalent les services et attractions touristiques sur le réseau des routes rurales.

Dans le cadre de ce programme :

- Un ensemble de critères a été établi pour l'utilisation de chaque symbole de service.
- La distance maximale entre la route et un poste d'essence est de 3 km, un service de restauration, 4 km, un établissement d'hébergement, 5 km et tous les autres services, 10 km.
- Un maximum de six onglets est autorisé sur un panonceau de service bleu.
- Les services de restauration, de carburant et d'hébergement ont la priorité, devant les centres d'information aux visiteurs, qui arrivent en 4^e place.
- Un panonceau de fléchage de suivi est installé au bout de la bretelle de sortie.
- La fabrication et l'installation des panonceaux de service à l'intérieur de l'emprise de la Transcanadienne entre la frontière du Québec et Longs Creek et sur la route 95 de Woodstock à la frontière américaine à Houlton relèvent de Brun-Way.
- La fabrication et l'installation des panonceaux de service à l'intérieur de l'emprise de la route 1 entre la frontière américaine à Calais et River Glade relèvent de Dexter.
- La fabrication et l'installation des panonceaux de service (bleus et ruraux) à l'intérieur de l'emprise de toutes les autres routes provinciales relèvent du ministère des Transports.
- Tous les coûts associés aux programmes de panonceaux de service bleus et ruraux sont assumés par le ministère des Transports, sauf en ce qui concerne les routes suivantes, où les panonceaux bleus sont à la charge de Brun-Way et Dexter :

Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

- Transcanadienne entre la frontière du Québec et Longs Creek;
- route 95 entre Woodstock et la frontière américaine à Houlton;
- route 1 entre la frontière américaine à Calais et River Glade.

8.3.3 Programme de panneaux de publicité privés

Le ministère des Transports veille à l'application du *Règlement sur la publicité routière* et délivre les permis de publicité. Pour les routes à accès limité de niveaux I et niveau II, la publicité routière doit respecter un des 20 formats disponibles et un ensemble de spécifications mises au point par Tourisme et Parcs à l'issue de recherches. Le ministère des Transports approuve l'emplacement de la publicité routière et Tourisme et Parcs approuve la conception du panneau.

Les panneaux formatés ne sont pas requis pour les routes qui ne sont pas à accès limité de niveau I ou II. Un permis du ministère des Transports reste cependant obligatoire.

Des frais de 75 \$ sont exigés pour chaque permis de publicité routière délivré par le ministère des Transports. Sauf indication contraire sur le permis, les permis sont valides pour une durée indéterminée. Cependant, la publicité doit être installée dans les six mois à compter de la date d'octroi du permis.

8.4 Réglementation en matière de signalisation

Au Nouveau-Brunswick, le *Règlement sur la publicité routière* régit les panneaux publicitaires installés le long de l'ensemble des routes provinciales à l'extérieur des villes et sur les routes à accès limité de niveaux I et II à l'intérieur des villes. Les panneaux de publicité privés sont permis à 1 m à l'extérieur de l'emprise de la route, à condition qu'un permis soit délivré par le ministère des Transports. Ce règlement a été élaboré pour parvenir à un équilibre entre des routes sécuritaires et un paysage dégagé et la volonté d'offrir des indications supplémentaires permettant de trouver des attractions et des services touristiques.

La publicité privée est permise pour la promotion d'activités et d'attractions touristiques du Nouveau-Brunswick qui présentent un « intérêt particulier ». Par « intérêt particulier », on entend un intérêt qui a trait à l'alimentation, au ravitaillement en carburant, à l'hébergement, aux installations récréatives, aux lieux historiques, aux musées, aux boutiques d'artisanat ou d'antiquités, aux attractions naturelles homologuées ou aux autres attractions touristiques.

8.5 Application de la loi

En vertu du *Règlement sur la publicité routière*, le ministre des Transports a le pouvoir d'ordonner à une entreprise ou à un propriétaire de terrain ou de panneau de retirer une publicité illégale. Normalement, deux lettres sont envoyées par courrier recommandé à l'entreprise, au propriétaire du terrain et à celui du panneau demandant l'enlèvement de la publicité dans les 21 jours. Si ce n'est pas fait, un arrêté ministériel, donnant 10 jours à compter de la date de la lettre pour retirer la publicité, est envoyé à l'entreprise, au propriétaire du terrain et au propriétaire du panneau. Si la publicité reste en place après cette période de 10 jours, le dossier est transmis au Cabinet du procureur général pour une action en justice. Une audience est alors organisée. Le juge, s'il estime que la publicité contrevient au règlement, émet une ordonnance du tribunal contre l'entreprise, le propriétaire du terrain et celui du panneau, exigeant que la publicité soit retirée dans un certain délai. Si rien n'est fait, le ministère des Transports prend les dispositions nécessaires pour retirer la publicité et fait supporter tous les coûts de son intervention à l'entreprise ou au propriétaire du panneau (normalement l'entreprise qui fait l'objet de la publicité). L'ordonnance du tribunal précisera que le panneau ne peut être installé sur aucune route provinciale sans un permis du ministère des Transports. Jusqu'à présent, le Nouveau-Brunswick a remporté toutes les affaires de publicité privée illégale instruites en justice.

L'application de la loi se fait par étapes. À l'automne 2010, le ministère des Transports devrait la mettre à exécution sur le réseau des routes collectrices et locales.

8.6 « Panneaux « Bienvenue à » »

8.6.1 Panneaux « Bienvenue au Nouveau-Brunswick »

8.6.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »

8.6.1 Panneaux « Bienvenue au Nouveau-Brunswick »



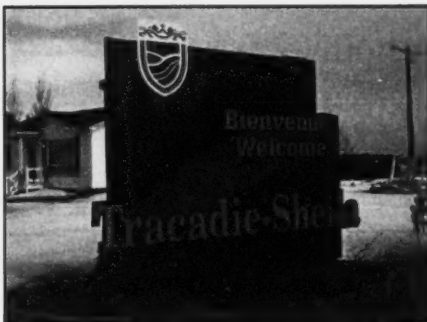
Au Nouveau-Brunswick, des panneaux « Bienvenue au Nouveau-Brunswick » sont installés aux points d'entrée de la province, les principaux étant Cape Jourimain, Aulac, St. Stephen, Woodstock, Saint-Jacques et Campbellton.

Dans le passé, on changeait le message et le style des panneaux des principaux points d'entrée pour refléter le message de promotion du tourisme et la stratégie de marque touristique. Les changements se faisaient l'hiver et l'été et la conception était revue tous les deux ou trois ans.

Tourisme et Parcs assure la mise à jour, l'entretien et le financement de tous les panneaux « Bienvenue au Nouveau-Brunswick ».

En 2010, ces panneaux devaient être revus, avec une maquette et un message plus généraux.

8.6.2 Panneaux municipaux « Bienvenue à »



Les municipalités constituées en corporation ont le droit d'installer un panneau municipal de bienvenue à l'intérieur de l'emprise de toutes les routes provinciales. Le message doit se limiter au texte « Bienvenue à » et aux nom et slogan de la municipalité.

Ces panneaux sont installés à l'entrée de la municipalité pour accueillir le visiteur. Chaque municipalité est responsable de la fabrication et de l'installation de son panneau « Bienvenue à ».

La municipalité doit obtenir un permis du ministère des Transports avant l'installation, mais n'a aucun frais de permis à payer pour ce type de panneau.

8.7 Centres d'information aux visiteurs (CIV)

8.7.1 Centres provinciaux d'information aux visiteurs

8.7.2 Centres municipaux d'information aux visiteurs

8.7.1 Centres provinciaux d'information aux visiteurs



Le Nouveau-Brunswick compte six CIV provinciaux, situés à de grands points d'entrée de la province : Saint-Jacques, Woodstock, St. Stephen, Aulac, Cape Jourmain et Campbellton. Le ministère du Tourisme est le propriétaire et l'exploitant de ces centres.

Saisonniers, les CIV provinciaux sont ouverts de la fin mai à la mi-octobre.

Ils ont droit à des panneaux TD sur tous les types de routes au Nouveau-Brunswick. Ces panneaux sont fabriqués, installés et entretenus par le ministère des Transports. Tourisme et Parcs assume tous les coûts y afférents.

8.7.2 Centres municipaux d'information aux visiteurs



Le Nouveau-Brunswick compte environ 50 CIV municipaux. Pour avoir droit à une signalisation et à une mention sur le site web touristique et dans les publications touristiques, un CIV municipal doit être approuvé par Tourisme et Parcs. Cette approbation repose sur une série de directives et de critères élaborés par Tourisme et Parcs.

Les CIV municipaux approuvés sont admissibles à des panneaux TD sur tous les types de routes de la province. Ces panneaux sont fabriqués, installés et entretenus par le ministère des Transports. Tourisme et Parcs assume tous les coûts y afférents.

8.8 Communication avec l'industrie

Au sujet des programmes de signalisation, Tourisme et Parcs communique avec l'industrie touristique néo-brunswickoise de différentes façons : bulletins de Tourisme et Parcs, sites web ministériels du Tourisme et des Transports, trousse d'information sur la publicité routière (un document contenant des renseignements sur tous les programmes de signalisation). La communication passe aussi par l'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick (AITNB).

Le ministère des Transports et Tourisme et Parcs ont créé le Comité interministériel de l'affichage routier, composé de hauts fonctionnaires et de décideurs des deux ministères. Ce comité a pour mandat de discuter de questions relatives à la signalisation et de faire des recommandations au ministre des Transports.

À certaines occasions, des exploitants touristiques sont invités à ce comité pour présenter des demandes spécifiques.

8.9 Programme de routes panoramiques



Analyse 2010 des panneaux touristiques - Rapport final

Le Nouveau-Brunswick compte cinq routes panoramiques qui sont gérées et financées par Tourisme et Parcs :

- Route du littoral acadien
- Route panoramique de la vallée
- Route du littoral de Fundy
- Route de la rivière Miramichi
- Route de la chaîne des Appalaches

Ces routes panoramiques ont été désignées comme telles en 1992. Tout changement de tracé doit respecter des critères précis et être accepté par les exploitants qui seraient touchés par le changement.

Un panneau en aluminium extrudé avec le nom de la route est installé au début de chacune d'elles. On trouve ensuite des panneaux tous les 8 km et à chaque point de décision.

En 2009, de nouveaux symboles à code-couleur, avec une seule illustration simple représentant chaque route, ont remplacé les anciens, plus complexes et détaillés.



Chaque année, le ministère des Transports parcourt les routes panoramiques pour évaluer la signalisation et le besoin d'entretien des panneaux. Tous les coûts liés à la fabrication, l'installation et l'entretien des panneaux de ces routes sont à la charge de Tourisme et Parcs.

La majeure partie du marketing de Tourisme et Parcs s'appuie sur ces routes panoramiques, qu'on trouve dans les publications touristiques, sur le site web touristique et dans diverses promotions et campagnes marketing et publicitaires.

8.10 Meilleures pratiques

1. Application de la loi.
2. Programme de panneaux TD :
 - Une seule entreprise par panneau
 - Coûts des panneaux d'attractions ordinaires
 - Taille des panneaux
3. Programme de publicité routière : spécifications de conception pour routes principales, lisibilité.
4. Programmes de signalisation axés sur les besoins des consommateurs et s'appuyant sur des recherches.
5. Règles et normes définies.
6. Uniformité du style et de la disposition graphique des panneaux.
7. Critères d'admissibilité qui garantissent un bon niveau de service aux automobilistes.
8. Panneaux individuels autorisés par le programme de panneaux TD du Nouveau-Brunswick, ce qui augmente la lisibilité.
9. Priorité donnée par les deux ministères à l'équité et à l'uniformité des règles pour tous les exploitants.
10. Efforts des deux ministères pour trouver des solutions aux divers problèmes en matière de signalisation pointés par des exploitants touristiques.

8.11 Problèmes

1. Manque de connaissance et de compréhension des programmes de signalisation existants.
2. Questions ou problèmes de signalisation souvent soumis d'abord par les exploitants à une administration autre que le ministère des Transports.

3. Sentiment du secteur que la loi n'est pas appliquée avec toute l'efficacité et la rapidité possible, les panneaux illégaux restant en place trop longtemps.
4. Perplexité du secteur face à la multitude d'intervenants dans la signalisation (ministère des Transports, MRDC, Brun-Way, Dexter et villes).
5. Impression que le gouvernement prend en charge le coût des panneaux d'entreprises touristiques.
6. Absence de panneaux installés par l'exploitant entre la sortie et l'entreprise.

Tableaux comparatifs

Distance de la route – panneaux publicitaires privés

N.-B.	1 m à l'extérieur de l'emprise de la route (environ 46 m)
Î.-P.-É.	Interdits
N.-É.	1000 m (1 km)
Vt	Interdits
N.H.	Interdits
Me	Interdits
Ont.	400 m
Qc	75 m

Programmes de signalisation pour l'industrie touristique

Province ou État	Panneaux privés	Panneaux de type TD	Logo	Panonceaux de service
N.-B.	✓	✓	-	✓
Î.-P.-É.	-	✓	-	-
N.-É.	-	✓	✓	✓
Vt	-	✓	-	✓
N.H.	-	✓	✓	✓
Me	-	✓	✓	✓
Ont.	-	✓	✓	-
Qc	✓	✓	✓	-

Les panneaux d'une autre province ou d'un autre État sont-ils autorisés?

N.-B.	Non
Î.-P.-É.	Non
N.-É.	Non
Vt	Non
N.H.	Non
Me	Non
Ont.	Non
Qc	Non

Avec qui communiquer?

Province ou État	Organisation-ressource
N.-B.	Ministère des Transports, Brun-Way, MRDC, Dexter, villes, municipalités
Î.-P.-É.	Ministère du Tourisme
N.-É.	Ministère des Transports
Ont.	Ministère des Transports
Qc	Ministère des Transports
Vt	Ministère des Transports
N.H.	Ministère des Transports
Me	Ministère des Transports

Remerciements

Nous tenons à remercier les organismes suivants pour le temps qu'ils nous ont consacré et les discussions approfondies que nous avons eues sur la signalisation touristique dans leur région. Nous sommes touchés par l'intérêt que notre mission a suscité et l'enthousiasme avec lequel toutes les personnes que nous avons rencontrées ont accepté d'y contribuer.

Les renseignements contenus dans le présent rapport n'auraient pas pu être rassemblés sans ces collègues et nous leur adressons tous nos remerciements pour leur aide.

Province de l'Île-du-Prince-Édouard

Janet Wood, ministère du Tourisme et de la Culture
Hubert MacIsaac, ministère du Tourisme et de la Culture
Michelle McCormack, ministère des Transports et du Renouvellement de l'infrastructure

Province de la Nouvelle-Écosse

Brian Storrie, ministère des Transports et du Renouvellement de l'infrastructure
Lori Blackburn, ministère du Tourisme, de la Culture et du Patrimoine

Province de l'Ontario

Timea Tomi, ministère des Transports
Doug Peeling, ministère des Transports
Robert Hazra, ministère des Transports
Andrew Beal, ministère des Transports
Suzanne Rubinstein, ministère du Tourisme
Darryl Soshycki, ministère du Tourisme

État du Vermont

Amy Gamble, Agence des Transports

John LaBarge, Agence des Transports

John Kessler, Agence du Commerce et du Développement
communautaire

Toni May, Agence des Transports

Richard Cleveland, Agence des Transports

État du New Hampshire

Walter Keuenhoff, ministère des Transports

Bill Lambert, ministère des Transports

Lori Harnois, ministère des Ressources et du Développement
économique (Développement du tourisme et des voyages)

Robert Lang, ministère des Transports

État du Maine

Susan Moreau, ministère des Transports

Carol Ann Ouellette, Office du tourisme

Phillip Savignano, Office du tourisme

Mike Burns, ministère des Transports

Bruce Ibarguen, ministère des Transports

Bob Sinclair, ministère des Transports

Fred Michaud, ministère des Transports

Duane Scott, ministère des Transports

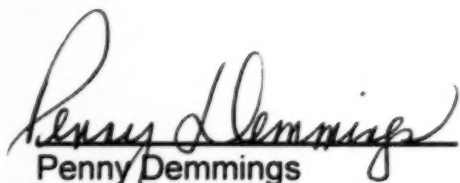
Province de Québec

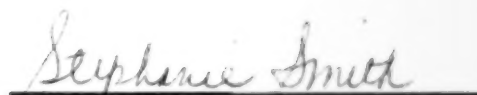
Jacinthe Dumoulin, ministère du Tourisme

Simon Trépanier, ministère des Transports

Pascal Lacasse, ministère des Transports

Nous vous remercions vivement de l'accueil que vous nous avez réservé.


Penny Demmings
Tourisme et Parcs


Stephanie Smith
Ministère des Transports

